

**PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN CINCO EMPRESAS  
MANUFACTURERAS DE LA ZONA FRANCA DEL DEPARTAMENTO DEL  
CAUCA Y SUS BENEFICIOS TRIBUTARIOS**

**PEDRO NEL GONZÁLEZ RINCÓN  
CAROLINA ZAPATA GALLO**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA  
SANTIAGO DE CALI  
2015**

**PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN CINCO EMPRESAS  
MANUFACTURERAS DE LA ZONA FRANCA DEL DEPARTAMENTO DEL  
CAUCA Y SUS BENEFICIOS TRIBUTARIOS**

**PEDRO NEL GONZALEZ RINCÓN  
CAROLINA ZAPATA GALLO**

**Proyecto de grado para optar al título de Contador Público**

**Directora  
MARÍA EUGENIA TORRES  
Docente**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA  
SANTIAGO DE CALI  
2015**

**Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Contador Público.**

---

**Carolina Alzate**

---

**William Echavarría**

**Santiago de Cali, Julio 16 de 2015**

A Dios, por concedernos la vida, la fuerza y las oportunidades necesarias para alcanzar las metas que nos hemos trazado; a nuestros padres, por su amor, traducido en respaldo incondicional y en el empeño por formar personas de valor a través de su esfuerzo, ejemplo e incansable dedicación; a nuestros seres queridos, porque nos extienden su mano cada vez que es necesario y nos motivan para vencer los obstáculos.

Pedro Nel González Rincón  
Carolina Zapata Gallo

## **AGRADECIMIENTOS**

Los autores presentan sus agradecimientos a:

MARÍA EUGENIA TORRES, Directora de Trabajo de Grado.

ADRIANA GARCÍA, Gerente Responsabilidad Social, Pavco S.A.

PAOLA ANDREA GARCÍA, Coordinadora Gestión Humana, Plásticos Team S.A.S.

MAURICIO ESCOBAR, Gerente Competitividad, Colinagro S.A.

ANA LUCÍA MARÍN, Gestión Humana, Imbera S.A.

JENNIFER MONTOYA, Jefe de Recursos Humanos, Forsa S.A.

Todas aquellas personas que de una u otra forma colaboraron en la realización de este trabajo de grado.

## CONTENIDO

GLOSARIO	17
RESUMEN	20
INTRODUCCIÓN	21
1. ANTECEDENTES	23
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	27
2.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	28
2.1.1. Sistematización del problema	28
3. OBJETIVOS	29
3.1. OBJETIVO GENERAL	29
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	29
4. JUSTIFICACIÓN	30
5. MARCO DE REFERENCIA	31
5.1. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	31
5.1.1. Teoría de la actuación social de la empresa	31
5.1.2. La Responsabilidad Social Empresarial y su importancia	32
5.1.3. Fases de la responsabilidad social empresarial	33
5.1.4. La creación de valor en las empresas	34

5.2. MARCO LEGAL	36
5.2.1. Beneficios tributarios de la RSE	36
5.2.2. Pasos a seguir para acceder a los beneficios tributarios	38
5.2.3. Donaciones	38
5.2.4. Precisiones adicionales relacionadas con el Decreto 2076 de 1992 .....	41
6. METODOLOGÍA	43
6.1. TIPO DE ESTUDIO	43
6.1.1. Investigación descriptiva	43
6.1.2. Investigación cuantitativa y cualitativa	43
6.2. DISEÑO METODOLÓGICO	44
7. CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS EN ESTUDIO	46
7.1. IMBERA S.A	47
7.1.1. Misión	47
7.1.2. Visión	47
7.1.3. Estructura organizacional. Imbera S.A	47
7.1.4. Responsabilidad social	48
7.1.5. Portafolio de productos	49
7.1.6. Desempeño económico	51
7.2. FORSA S.A.	53
7.2.1. Misión	54
7.2.2. Visión	54

7.2.3. Estructura organizacional	54
7.2.4. Responsabilidad Social	55
7.2.5. Portafolio de productos y servicios	56
7.2.6. Desempeño económico	59
7.3. PAVCO S.A.	61
7.3.1. Misión	62
7.3.2. Visión	62
7.3.3. Estructura organizacional	62
7.3.4. Responsabilidad Social	63
7.3.5. Portafolio de productos	64
7.3.6. Desempeño económico	66
7.4. PLÁSTICOS TEAM S.A.S.	68
7.4.1. Misión	68
7.4.2. Visión	68
7.4.3. Estructura organizacional	69
7.4.4. Responsabilidad Social	69
7.4.5. Portafolio de productos. Plásticos Team S.A.S	70
7.4.6. Desempeño económico	70
7.5. COLINAGRO S.A.	72
7.5.1. Misión	73
7.5.2. Responsabilidad Social	73
7.5.3. Portafolio de productos	74
7.5.4. Desempeño económico	76



8. PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) DE LAS EMPRESAS EN ESTUDIO	79
8.1. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	79
8.2. ANALISIS DE LA INFORMACION	80
8.2.1. Balance social	81
8.2.2. Informe de sostenibilidad	81
8.2.3. Políticas de Responsabilidad Social	82
8.2.4. Informe de Responsabilidad Social	83
8.2.5. Percepción de los clientes acerca frente a la RSE	83
8.2.6. Razones para trabajar el tema de RS en la empresa	84
8.2.7. Tiempo de trabajo en Responsabilidad Social	85
8.2.8. Área que administra la Responsabilidad Social	85
8.2.9. Normas, convenios y/o acuerdos internacionales	86
8.2.10. Efectos de las acciones en Responsabilidad Social	87
8.2.11. Beneficios de la Responsabilidad Social	88
8.2.12. Grupos de interés	88
8.2.13. Difusión	89
8.2.14. Medios para divulgación	90
8.2.15. Financiación de las inversiones en Responsabilidad Social	91
8.2.16. Destino de la inversión	91
8.2.17. Rango de utilidades operacionales	92
8.2.18. Descuentos tributarios	93
8.2.19. Descuentos en impuesto de industria y comercio	93

9. CONCLUSIONES	93
10. RECOMENDACIONES	94
BIBLIOGRAFÍA	96

## LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Indicadores para medición de la creación de valor	35
Cuadro 2. Empresas participantes	46
Cuadro 3. Preguntas realizadas a las empresas en estudio	80
Cuadro 4. Beneficios de la Responsabilidad Social	88
Cuadro 5. Grupos de interés de los programas de Responsabilidad Social	89
Cuadro 6. Grupos a los cuales se difunde la información	90
Cuadro 7. Medios para divulgación	90
Cuadro 8. Fuentes de financiación	91
Cuadro 9. Destino de la inversión	91
Cuadro 10. Rango de las utilidades	92

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama Alta Dirección Imbera S.A.	48
Figura 2. Organigrama Recursos Humanos	48
Figura 3. Frentes de trabajo Responsabilidad social y sostenible Imbera S.A.	49
Figura 4. Botellero BHC 200	49
Figura 5. Vitrina VH900	50
Figura 6. Congelador CV 15	50
Figura 7. Enfriador NV 100	51
Figura 8. Organigrama Forsa S.A.	55
Figura 9. Forsa Alum	56
Figura 10. Forsa Plast	57
Figura 11. Forsa Acero	58
Figura 12. Forsa Andamios	58
Figura 13. Algunos elementos de Forsa Accesorios y Consumibles	59
Figura 14. Organigrama Pavco S.A.	62
Figura 15. Tubería PVC Presión	64
Figura 16. Tubería PVC Sanitaria y ventilación	64
Figura 17. Tubo sistemas para canalización de redes telefónicas y eléctricas	65
Figura 18. Sistema Completo para la Conducción de Agua Caliente	65
Figura 19. Sistema de redes contra incendios para rociadores	66
Figura 20. Organigrama Plásticos Team S.A.S.	69
Figura 21. Esquema de líneas de producto Plásticos Team S.A.S.	70

Figura 22. Fertilizantes edáficos	74
Figura 23. Reguladores Fisiológicos	75
Figura 24. Bio-estimulantes	75
Figura 25. Coadyuvantes	76

## LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Utilidad Neta Imbera S.A. (Millones de COP)	51
Gráfica 2. ROE Imbera S.A.	52
Gráfica 3. ROA Imbera S.A.	53
Gráfica 4. Utilidad Neta Forsa S.A. (Millones de COP)	59
Gráfica 5. ROE Forsa S.A.	60
Gráfica 6. ROA Forsa S.A.	61
Gráfica 7. Utilidad Neta Pavco S.A. (Millones de COP)	66
Gráfica 8. ROE Pavco S.A.	67
Gráfica 9. ROA Pavco S.A.	68
Gráfica 10. Utilidad Neta Plásticos Team S.A.S. (Millones de COP)	71
Gráfica 11. ROE Plásticos Team S.A.S.	71
Gráfica 12. ROA Plásticos Team S.A.S.	72
Gráfica 13. Utilidad Neta Colinagro S.A. (Millones de COP)	76
Gráfica 14. ROE Colinagro S.A.	77
Gráfica 15. ROA Colinagro S.A.	77
Gráfica 16. Realización del Balance social anual	81
Gráfica 17. Realización de Informe de sostenibilidad	82
Gráfica 18. Política de Responsabilidad Social	83
Gráfica 19. Informe de Responsabilidad Social	83
Gráfica 20. Percepción positiva de los clientes frente a RSE	84
Gráfica 21. Razones para trabajar en Responsabilidad Social	84

Gráfica 22. Tiempo de trabajo en Responsabilidad Social	85
Gráfica 23. Existencia de área que maneja la Responsabilidad Social	85
Gráfica 24. Normas, convenios y/o acuerdos internacionales	87
Gráfica 25. Efectos de las acciones en Responsabilidad Social	87

## LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Balance General y Estado de resultados Imbera S.A.	99
Anexo 2. Balance General y Estado de resultados Forsa S.A.	101
Anexo 3. Balance General y Estado de resultados Pavco de Occidente S.A.S.	103
Anexo 4. Balance General y Estado de resultados Plásticos Team S.A.S.	106
Anexo 5. Balance General y Estado de resultados Colinagro S.A.	108



## GLOSARIO

**BENEFICIO POR ACCIÓN:** utilidad neta dividida por el número de acciones.

**BENEFICIOS TRIBUTARIOS:** constituyen aquellas deducciones, exenciones y tratamientos tributarios especiales, presentes en la legislación tributaria que implican una disminución en la obligación tributaria para los contribuyentes, generando menores recaudos para el Estado.

**CASH FLOW OPERATIVO (CFO):** Flujo de Caja Operativo.

**CASH FLOW LIBRE OPERATIVO:** Flujo de Caja Libre Operativo.

**CASH FLOW RETURN (CFR):** Retorno del Flujo de Caja.

**CASH VALUE ADDED (CVA):** Valor de Flujo de Efectivo Agregado.

**DESARROLLO SOSTENIBLE:** modelo de desarrollo que busca compatibilizar la explotación racional de los recursos naturales y su regeneración, eliminando el impacto nocivo de la acción del ser humano, en general, y de los procesos productivos, en particular, para satisfacer las necesidades de las generaciones presentes, sin poner en peligro que las generaciones futuras puedan satisfacer las suyas.

**ÉTICA EMPRESARIAL:** estudio y aplicación de la moral al mundo de la empresa. Comprende el conjunto de valores, normas y providencias que vinculan a sus miembros en forma de ideales compartidos y obligaciones, en torno a lo que es bueno y malo, a lo que es correcto e incorrecto.

**EVA:** Valor Económico Agregado.

**FERTILIZANTES EDÁFICOS:** fuentes específicas de micronutrientes y fórmulas completas que sirven de componente determinante para la eficiencia en el manejo nutricional de cualquier cultivo.

**REGULADORES FISIOLÓGICOS:** sustancias que inducen procesos en el manejo agronómico de los cultivos, como la formación de raíces, la elongación de tejidos y la prevención de abortos de estructuras reproductivas, entre otros.

**BIOESTIMULANTES:** es un término utilizado para describir sustancias orgánicas, que cuando se aplican en pequeñas cantidades afectan el crecimiento de las plantas y su desarrollo.

**COADYUVANTES:** sustancias utilizadas en el manejo de cultivos que ayudan a mejorar la efectividad o eficiencia de aplicación de herbicidas, insecticidas, fungicidas, fertilizantes foliares, hormonas, etc.

**FILANTROPÍA ESTRATÉGICA:** acción social de la empresa formulada e implantada sobre la base de un planteamiento estratégico de negocio, asociando la acción filantrópica a unos beneficios determinados en términos económicos y de ventaja competitiva.

**GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL:** gestión orientada a la prevención, reducción, minimización y eliminación del impacto medioambiental negativo que ocasiona o puede ocasionar la actividad de la empresa.

**GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI):** es una organización líder en el campo de la sostenibilidad que promueve el uso de las memorias de sostenibilidad como una forma para que las organizaciones se vuelvan más sostenibles y contribuyan al desarrollo sostenible.

**GRUPOS DE INTERÉS:** son los receptores directos del comportamiento socialmente responsable de la empresa. Constituyen el entorno inmediato de la responsabilidad social corporativa y condicionan el desarrollo de la misma.

**NOPAT:** resultado antes de intereses e impuestos a pagar por operaciones.

**PACTO GLOBAL:** es la iniciativa voluntaria y de ciudadanía corporativa más grande del mundo, en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro

áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción.

**REPUTACIÓN CORPORATIVA:** reconocimiento público alcanzado, expresión, en cierta medida, de legitimidad social.

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL:** compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y los grupos sociales con quienes se interactúa.

**RETURN ON GROSS INVESTMENT (ROGI):** Rentabilidad Sobre la Inversión Bruta.

**ROA:** Rentabilidad Sobre Activos (Return On Assets).

**ROE:** Rentabilidad Sobre el Patrimonio (Return On Equity).

**SOSTENIBILIDAD:** expresión del impacto de la actividad de la empresa en la triple dimensión económica, social y medioambiental. Compromiso con el modelo de desarrollo sostenible, el cual se puede alcanzar por medio de la responsabilidad social corporativa. Capacidad o cualidad para alcanzar el desarrollo sostenible.

**TOTAL SHARE RETURN (TSR):** Rentabilidad Total del Accionista.

**UTILIDAD NETA:** Utilidad Después de Impuestos.

**VALOR DE LA COTIZACIÓN:** valor de la acción en el mercado.

## RESUMEN

El presente estudio se realizó con el propósito de describir los beneficios tributarios derivados de la implementación de programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en los cuales invierten las industrias ubicadas en la Zona Franca del Norte del Departamento del Cauca.

Por lo tanto, se revisaron investigaciones relacionadas con el objeto de estudio, conceptos y elementos teóricos clave. De igual manera se realizó un diagnóstico de las organizaciones participantes en cuanto a factores organizacionales, estratégicos, económicos y de RSE. Esta información permitió tener un panorama más completo y detallado de las prácticas de las empresas en éste campo y la magnitud del aprovechamiento de los beneficios tributarios que otorga la ley.

Para cumplir con los objetivos planteados se hizo uso de la investigación descriptiva, cualitativa y cuantitativa. Se consultaron fuentes bibliográficas, expertos en el campo de estudio, además se hizo levantamiento de información asociada a los programas de RSE de las empresas a través de una encuesta presencial respondida por representantes de las mismas.

Los resultados del estudio permitieron entender mejor por qué la región del Norte del Cauca es el principal centro de la actividad económica, industrial y comercial de dicho departamento además y tiene un fuerte impacto en el Suroccidente colombiano. La región tiene trayectoria en materia minera, artesanal y comercial y grandes oportunidades a nivel industrial y de servicios, sin embargo, en las empresas estudiadas existe una evidente falta de aprovechamiento de los beneficios tributarios que el gobierno Colombiano brinda a todas aquellas organizaciones que implementen programas de Responsabilidad Social.

**Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Desarrollo sostenible, Beneficios tributarios, Creación de valor, Zona Franca del Norte del Cauca.**

## INTRODUCCIÓN

Durante las últimas décadas, la mayoría de organizaciones a nivel mundial se han venido preocupando no solo por mejorar sus índices de productividad y rentabilidad, sino por generar un impacto positivo en el entorno. El compromiso social está ganando cada vez mayor terreno dentro de los intereses estratégicos empresariales, dado que puede garantizar la sostenibilidad de muchos negocios hacia el futuro.

De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), “La responsabilidad social de la empresa (RSE) es el reflejo de la manera en que las organizaciones toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad, y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores”.<sup>1</sup> Por esta razón, las organizaciones hoy en día no pueden ser ajenas a la realidad del entorno en el cual interactúan y han intentado tener un papel más responsable con la sociedad a través de la inversión de recursos que contribuyan al bienestar y calidad de vida de sus trabajadores y la comunidad que las rodea.

En Colombia existen varias compañías que tienen la RSE dentro de sus pilares estratégicos los cuales se reflejan a través de la implementación de programas con distintos servicios de apoyo a sus trabajadores y el desarrollo de proyectos de inversión social en diversas comunidades.

La Ley Paez (Ley 218 de 1995), generó todas las condiciones para promover la llegada de empresarios e inversionistas al norte del Departamento del Cauca, específicamente en las regiones de Caloto, Guachené, Villarrica, Puerto Tejada y Santander de Quilichao. Muchas de las industrias asentadas en esta región, cuentan con programas de RSE con los cuales buscan desempeñar un rol social activo y llevar beneficios a esta comunidad.

El desarrollo de este proyecto se realizó en dos fases o etapas:

En una primera fase se realizó una revisión de bibliografía, artículos y documentos relacionados con la región, sus empresas, las características de su población, sus necesidades, su potencial económico, impacto de la Ley Páez en su

---

<sup>1</sup> OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT). Iniciativa InFocus sobre responsabilidad social de la empresa. Ginebra, 2006, p. 1.

dinámica empresarial, entre otras variables. Adicionalmente, se hizo una caracterización de las cinco empresas en estudio en cada una de las dimensiones de interés y sus respectivos programas de Responsabilidad Social Empresarial.

La segunda fase muestra los resultados de una encuesta respondida por las empresas estudiadas que permitió tener un diagnóstico en relación con la implementación de programas de Responsabilidad Social, el enfoque de los mismos, y los beneficios tributarios recibidos de acuerdo con la legislación nacional vigente.

Al final de este documento se presentan las conclusiones y recomendaciones con base en los hallazgos realizados, de tal forma que sean de utilidad para que las organizaciones y empresarios ubicados en la Zona Franca del Departamento del Cauca, se motiven a desarrollar acciones sociales en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial, y hagan uso de los beneficios tributarios que otorga la ley.

El desarrollo de esta investigación permitió establecer que en las empresas estudiadas existe falta de aprovechamiento de los beneficios tributarios que el gobierno Colombiano brinda por la implementación de programas de RSE, por lo tanto se deben construir acuerdos de trabajo colaborativo con la comunidad para ganar confianza y fortalecer emprendimientos, iniciativas, y programas de apoyo comunitario. Además, existen estándares internacionales en la administración de programas de RSE, que pueden servir de guía para que varias de las organizaciones estudiadas puedan fortalecer su estrategia de trabajo y fortalecer su gestión.

## 1. ANTECEDENTES

Después de hacer una revisión bibliográfica detallada en distintas instituciones universitarias de la región, se encontraron los siguientes estudios relacionados:

### **1.1. LOS APORTES REALIZADOS A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN CON LOS DESCUENTOS TRIBUTARIOS RECIBIDOS, EVALUADOS EN DIEZ EMPRESAS DEL SECTOR SALUD DE LA CIUDAD DE CALI.<sup>2</sup>**

Esta investigación tuvo como propósito la identificación de los rubros en los que las empresas del sector salud pueden recibir beneficios tributarios a partir de donaciones, inversiones en programas sociales para comunidades específicas, ya sea sus trabajadores y familias o para poblaciones vulnerables que los requieran.

El estudio hace una investigación descriptiva en hospitales, clínicas y una droguería de la ciudad de Cali. La recolección de datos se realizó a través de entrevistas, cuyos resultados fueron el insumo para realizar el diagnóstico de los procesos de las empresas.

El estudio afirma en sus conclusiones que una vez las empresas adquieren conciencia de la responsabilidad social, ésta se convierte en una inversión que produce retornos en utilidades, los empresarios y directivos asumen un liderazgo positivo en el tema, y se traduce en programas efectivos que generan beneficios económicos para la empresa.

---

<sup>2</sup> AGUIRRE VALENCIA, Jessica Edith. RINCÓN BOLIVAR, Martha Catalina. Los aportes realizados a la responsabilidad social empresarial y su relación con los descuentos tributarios recibidos, evaluados en diez empresas del sector salud de la ciudad de Cali. [CD-ROM]. Trabajo de grado Profesional Contaduría Pública. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente. Facultad Ciencias Económicas y Administrativas. Departamento de Ciencias Administrativas, 2012. 1 CD-ROM.

## **1.2. CARACTERIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL FRENTE A LA GUÍA TÉCNICA COLOMBIANA GTC180, PARA DETERMINAR SU IMPACTO EN LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS DEL SUBSECTOR SALUD DE LA CIUDAD DE CALI.<sup>3</sup>**

Este trabajo tuvo como fin principal identificar las prácticas de responsabilidad social empresarial que aplican a las empresas de dicho subsector, los diferentes grupos de interés y temas prioritarios tomando como referencia la guía Técnica Colombiana (GTC 180).

El análisis se hizo en seis (6) organizaciones y arrojó resultados valiosos para futuras investigaciones ya que sirven de referente para replicar la experiencia en otros sectores. Los autores solo encontraron evidencia de una investigación preliminar en Colombia en este subsector, lo que motivó el interés por la realización de una nueva investigación específicamente para la ciudad de Cali. Dentro de los hallazgos se encuentran las falencias del sistema de salud actual como consecuencia de las limitaciones del presupuesto destinado a este subsector en el país.

## **1.3. ANÁLISIS Y DESARROLLO DE LA LEY PÁEZ EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA<sup>4</sup>**

Este estudio expone la otra cara de la moneda, cuyo énfasis no solo es la importancia de la inversión económica, como única y mejor solución a los problemas que atraviesa el departamento, sino establecer otro tipo de prioridades para los verdaderos damnificados de la tragedia ocurrida el 6 de junio de 1994.

---

<sup>3</sup> SERNA QUINTERO, Vanessa. Caracterización de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial frente a la guía técnica Colombiana GTC180, para determinar su impacto en la gestión organizacional de las empresas del subsector salud de la ciudad de Cali. [CD-ROM]. Trabajo de grado Profesional Mercadeo y Negocios Internacionales. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente. Facultad Ciencias Económicas y Administrativas. Departamento de Ciencias Administrativas, 2012. 1 CD-ROM.

<sup>4</sup> ARBELÁEZ ROJAS, Marcela. Análisis y desarrollo de la Ley Páez en el Departamento del Cauca. Trabajo de grado Profesional Administración de Empresas. Santiago de Cali: Pontificia Universidad Javeriana. Facultad Ciencias Económicas y Administrativas. Departamento de Ciencias Administrativas, 1997. 1 CD-ROM,



Incluye caracterización del departamento en cuanto a límites, zonas, aspectos socio-culturales, fisiografía, clima, suelos, entre otros aspectos. Describe la dinámica económica de la región con la puesta en marcha de la Ley Páez, sus frutos, actitud de los dirigentes gubernamentales, logros en inversión económica y el papel de los indígenas y campesinos damnificados con la tragedia.

#### **1.4. 10 AÑOS DE LA LEY PÁEZ, IMPACTO ECONÓMICO<sup>5</sup>**

Este documento es el resumen de una investigación minuciosa que involucra La Ley Páez, el contexto económico anterior a la ley, los efectos económicos generados luego de la implantación de la misma, su impacto social en temas como la generación de empleo, la repercusión fiscal y los efectos sobre el medio ambiente. Los resultados de esta investigación son de vital importancia para la fase de diagnóstico del presente estudio, la cual se describirá más adelante.

#### **1.5. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: REGIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE EN EL NORTE DEL CAUCA 2010-2020<sup>6</sup>**

Este documento es el resultado del Proyecto de Investigación, Región socialmente Responsable en el Norte del Cauca 2010 – 2020 desarrollada por los grupos de investigación Previsión y Pensamiento Estratégico –A y Humanismo y Gestión-A de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Valle, investigación patrocinada por Colciencias. El objetivo del documento es la presentación del proyecto de investigación, metodología y resultados.

---

<sup>5</sup> ALONSO C., Julio César. 10 años de la Ley Páez. Centro de Investigación en Economía y Finanzas (CIENFI). [en línea]Universidad ICESI. Santiago de Cali, 2006. p. 2. [consultado 24 de mayo de 2015]. Disponible en Internet: [https://www.icesi.edu.co/leypaez/contenido/pdf/libro\\_ley\\_paez.pdf](https://www.icesi.edu.co/leypaez/contenido/pdf/libro_ley_paez.pdf)

<sup>6</sup> BETANCOURT G., Benjamín. Proyecto de investigación: Región socialmente responsable en el Norte del Cauca 2010-2020. Universidad del Valle. Facultad de Ciencias de la Administración. [en línea]Santiago de Cali, 2009. p. 1. [consultado 24 de mayo de 2015]. Disponible en Internet: [http://www.ascolfa.edu.co/archivos/6.3%20RSE%20-%20BETANCOURT%20\(P\).pdf](http://www.ascolfa.edu.co/archivos/6.3%20RSE%20-%20BETANCOURT%20(P).pdf)

## **1.6. RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA: UNA REVISIÓN CRÍTICA A LAS PRINCIPALES TEORÍAS<sup>7</sup>**

Este artículo revisa de manera crítica cuatro teorías de responsabilidad social empresarial teniendo en cuenta fundamentos filosóficos y las implicaciones normativas. Las teorías analizadas son: Teoría de la actuación social de la empresa, Teoría del valor para el accionista, Teoría del capitalismo fiduciario, Teoría de los grupos implicados y la Teoría de la ciudadanía empresarial. El autor concluye que dadas las limitaciones de dichas teorías, se hace necesario desarrollar una teoría de la responsabilidad social empresarial más global, que vaya más allá de los enfoques de las ciencias sociales y supere el racionalismo ético de algunas propuestas de la actualidad.

## **1.7. ACTUACIÓN SOCIAL DE LAS EMPRESAS EN ESPAÑA<sup>8</sup>**

Los autores de este estudio analizan en qué medida las distintas aproximaciones teóricas desde las que se aborda la justificación de la actuación social de las empresas, explican el esfuerzo social que realizan. Para cumplir con este propósito, elaboraron un indicador de actuación social (esfuerzo en sostenibilidad) resultado de agregar el esfuerzo social económico con accionistas, clientes y proveedores, el socio-laboral y el medioambiental para las 100 empresas más reputadas de España en el año 2004.

Los resultados obtenidos ponen de manifiesto la complementariedad y la relevancia de las distintas aproximaciones teóricas estudiadas a la hora de explicar el esfuerzo social de las empresas, indicando un mayor peso de los factores normativos que buscan la legitimación social de su actividad.

---

<sup>7</sup> MELÉ CARNÉ, Doménec. Responsabilidad social de la empresa: Una revisión crítica a las principales teorías [en línea]. En: Ekonomias: Revista vasca de economía. Volumen No. 65, 2º cuatrimestre, 2007. p. 50-67. [consultado 24 de mayo de 2015]. Disponible en Internet: <file:///C:/Users/Diego/Downloads/Dialnet-ResponsabilidadSocialDeLaEmpresaUnaRevisionCritica-2533611.pdf>

<sup>8</sup> FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, José Luis. LUNA SOTORRIO, Ladislao. Actuación social de las empresas en España [en línea]. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Cantabria. España, 2004. p. 2. [consultado 26 de mayo de 2015]. Disponible en Internet: [http://www.cegea.upv.es/congresos\\_y\\_jornadas/2007\\_Empresa\\_y\\_Sociedad/cd/106h.pdf](http://www.cegea.upv.es/congresos_y_jornadas/2007_Empresa_y_Sociedad/cd/106h.pdf)

## 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Departamento del Cauca, ubicado en el suroccidente de Colombia, es una región con una gran riqueza y potencial económico. Su actividad está basada principalmente en la producción de productos agrícolas como la caña de azúcar, café, yuca, maíz, papa, frijol, tomate, mora, espárragos, y fique, entre muchos otros. En esta región habitan distintas etnias: mestizos y blancos, afrocolombianos y una gran proporción de indígenas, principalmente Paeces y Guambianos.

En el año de 1983, este departamento padeció las consecuencias de un devastador terremoto que destruyó la ciudad de Popayán. En junio de 1994, un sismo cuyo epicentro se ubicó en la región del Río Páez, desencadenó una avalancha que cobró muchas vidas humanas y cuantiosas pérdidas económicas que en la actualidad el país aún intenta subsanar.

Como una forma de contrarrestar los efectos ambientales, sociales y económicos generados por estas tragedias, el gobierno nacional aprobó un proyecto de ley para incentivar la inversión en la región por parte de los empresarios nacionales y extranjeros. La Ley Páez se aprobó constitucionalmente en 1995 con un objetivo claro, otorgar beneficios tributarios a las empresas que se constituyan dentro de la zona.

El panorama para el departamento mejoró notablemente, la nueva ley desencadenó una transformación en los sistemas productivos y la economía de la región empezó a adquirir una nueva dinámica. “De acuerdo con la Cámara de Comercio del Cauca, a diciembre de 2005 se encontraban registradas 139 empresas en el Cauca como beneficiarias de la Ley Páez. Estas empresas presentaban una mayor concentración en el sector manufacturero (98,3%), mientras que el 18.7% de ellas corresponden al sector agrícola”.<sup>9</sup>

Esta nueva dinámica también ha impulsado la generación de nuevos empleos, de acuerdo con la misma fuente, “estas 139 empresas generaban 4.873 puestos de trabajo directos, concentrándose la mayoría de los empleados en el sector manufacturero (68.3%) y en los municipios de Santander de Quilichao y Caloto”.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> ALONSO C., Op. cit. Disponible en Internet:  
[https://www.icesi.edu.co/leypaez/contenido/pdf/libro\\_ley\\_paez.pdf](https://www.icesi.edu.co/leypaez/contenido/pdf/libro_ley_paez.pdf)

<sup>10</sup> *Ibíd.*, p. 6-7.

Si bien ha habido muchos avances en términos sociales y ambientales con la implementación de la Ley Páez, son pocas las organizaciones que actualmente se encuentran asentadas en esta zona y están desarrollando programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para fortalecer su rol activo dentro de la comunidad. Cabe mencionar que en Colombia existen beneficios tributarios que la ley otorga a las empresas que implementen programas de RSE, éstos como una contraprestación por la inversión de carácter social y un incentivo para que los empresarios no sean ajenos a la realidad del entorno donde se encuentran.

De acuerdo con expresado anteriormente, el presente proyecto efectuó una revisión a los programas de Responsabilidad Social en empresas ubicadas en la Zona Franca del Departamento del Cauca con el propósito de conocerlos y analizar el aprovechamiento que hacen de los beneficios tributarios que otorga la ley al desempeñar un rol más activo en la comunidad.

## **2.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿De qué forma se benefician tributariamente cinco empresas manufactureras de la Zona Franca del Departamento del Cauca con la implementación de programas de Responsabilidad Social Empresarial?

### **2.1.1. Sistematización del problema**

¿Cuáles son las características de las cinco empresas manufactureras de la Zona Franca del Departamento del Cauca y de sus respectivos programas de Responsabilidad Social Empresarial?

¿Cuáles son los beneficios tributarios que reciben las empresas de la Zona Franca del Departamento del Cauca por la implementación de programas de Responsabilidad Social Empresarial?

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. OBJETIVO GENERAL**

Describir cómo se benefician tributariamente cinco empresas manufactureras de la Zona Franca del Departamento del Cauca con la implementación de programas de Responsabilidad Social Empresarial.

#### **3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- 3.2.1.** Realizar un diagnóstico de las cinco empresas en estudio y sus respectivos programas de Responsabilidad Social Empresarial.
- 3.2.2.** Identificar los beneficios tributarios que reciben las cinco empresas en estudio por la implementación de programas de Responsabilidad Social Empresarial.

#### **4. JUSTIFICACIÓN**

En el Estatuto Tributario de Colombia existe una norma que hace referencia al otorgamiento de beneficios a los contribuyentes que lleven a cabo programas, planes o proyectos implementados en materia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

El interés de fondo por parte del gobierno, es incentivar a aquellas organizaciones a repartir los beneficios con la comunidad y a hacer parte de la construcción de una sociedad más armónica con su entorno. La contraprestación es la disminución en el pago de los impuestos y el mejoramiento de la imagen corporativa, lo cual finalmente resulta en más ingresos por ventas.

El desarrollo de este estudio será de utilidad para que las organizaciones y empresarios ubicados en la Zona Franca del Departamento del Cauca se motiven a desarrollar acciones sociales en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial y hagan uso de los beneficios tributarios que otorga la ley. En consecuencia, las empresas podrán mejorar sus niveles de utilidad, y lo más importante, podrán desempeñar un rol más activo dentro de su comunidad contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar de las personas que habitan en esta región.

De igual manera, este trabajo será un referente académico, que si bien está enfocado al contexto de las empresas del departamento del Cauca, podrá ser utilizado como referencia para realizar análisis en otras regiones del país o incluso en sectores particulares de la industria.

## 5. MARCO DE REFERENCIA

### 5.1. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

**5.1.1. Teoría de la actuación social de la empresa.** Desde mediados del siglo XX, múltiples académicos y líderes de distintas organizaciones plantearon el concepto de responsabilidad social como un primer acercamiento a lo que después se conocería como Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Entre los principales exponentes se encuentran Howard R. Bowen (1953) quien definió la RSE como “la obligación que tienen los empresarios de establecer políticas, tomar decisiones o seguir líneas de acción que sean deseables de acuerdo con los objetivos y valores de nuestra sociedad”<sup>11</sup>.

Desde que en 1953 Bowen aportase su definición, este concepto ha ido evolucionando y ampliándose a modelos más operativos o instrumentales que integran las diferentes nociones de responsabilidad social empresarial hasta llegar a lo que hoy se denomina actuación social de la empresa.<sup>12</sup>

El modelo presentado por Wood<sup>13</sup> define la responsabilidad social empresarial como un conjunto de principios, procesos, políticas, programas y resultados observables relativos a las relaciones de la empresa con la sociedad lo que le permite, según Araque y Montero<sup>14</sup>, englobar diversos tipos de actuaciones sociales, de diferentes sectores y culturas, a la vez que hace posible el análisis de la responsabilidad social desde diferentes enfoques, razones por las que este modelo ha sido aceptado tan ampliamente por otros autores como Hillman en 2001, Moore en 2001, Mahoney y Thorne en 2005, y Moneva en 2007.

Por otra parte, se constata un creciente interés por la relación empresa-sociedad que se materializa en mayores inversiones por parte de las empresas en los aspectos sociales lo que plantea un debate sobre la conveniencia y motivación de la actuación social de las empresas. La justificación de por qué las empresas

---

<sup>11</sup> BOWEN, H. R. Social Responsibilities of the Businessman. New York: Harper & Row, 1953. p. 6.

<sup>12</sup> FERNÁNDEZ SÁNCHEZ. LUNA SOTORRIO, Op. cit. p. 3.

<sup>13</sup> WOOD, D.J. Corporate Social Performance Revisited. En: The Academy of Management Review, vol. 16, no. 4, 1991, p. 691-718.

<sup>14</sup> ARAQUE, R.A., M.J. MONTERO Simó. La responsabilidad social de la empresa a debate. Barcelona, 2006, p. 157.

desarrollan una estrategia de responsabilidad social se puede abordar desde distintas aproximaciones o enfoques teóricos [Carroll, 1999; Garriga y Melé, 2004; Nieto, 2005], que más que excluyentes son complementarios a la hora de explicar el comportamiento social.

**5.1.2. La Responsabilidad Social Empresarial y su importancia.** Cuando se aborda el tema de responsabilidad social en las organizaciones siempre vale la pena retomar el concepto de organización y del ser humano como persona social. Las organizaciones están conformadas por personas, caracterizadas por una naturaleza racional y social, seres con necesidades biológicas, racionales, espirituales y culturales; que por su racionalidad determinan intereses, prioridades, jerarquías, fines y objetivos, más aún, se aplican al trabajo para satisfacer sus necesidades con el fin de gobernarse a sí mismas y al medio.<sup>15</sup>

La interacción con el entorno es vital para que las empresas sobrevivan en el, por eso deben involucrarse y contribuir del desarrollo del mismo. Una manera de hacerlo es a través del desarrollo de proyectos de Responsabilidad social, la cual se refiere entonces al cumplimiento de las obligaciones que las organizaciones empresariales tienen frente a unos principios que la sociedad ha establecido y sigue continuamente estableciendo como aspectos básicos de convivencia y desarrollo.<sup>16</sup>

La Organización de las Naciones Unidas ha definido diez principios que son la base para las empresas socialmente responsables a nivel mundial, estos se encuentran enmarcados en la propuesta denominada Global Compact<sup>17</sup> y están enfocados en:

- Apoyar y respetar la protección del derecho humanitario
- Garantizar que sus propias organizaciones no son cómplices de abusos en derechos humanos
- Reconocer los derechos de libre asociación y negociación colectiva
- Eliminar todas las formas de trabajo forzado y obligatorio
- Abolir el trabajo infantil
- Eliminar toda discriminación laboral
- Apoyar un enfoque preventivo en los retos ambientales
- Apoyar y desarrollar iniciativas para promover la responsabilidad ambiental

---

<sup>15</sup> Léxico de Antropología. Buenos Aires: Editorial Estela, 1970. p. 155.

<sup>16</sup> YEPEZ LÓPEZ, Gustavo A. PEÑA COLLAZOS, Wilmar. SÁNCHEZ MALDONADO, Luis Fernando. Responsabilidad social empresarial: Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy. Universidad Externado de Colombia. Facultad de Administración de Empresas, 2007. p. 32.

<sup>17</sup> Pacto Mundial. Madrid: Red Pacto Mundial España. [Consultado 04 de Marzo, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.pactomundial.org>



- Promover e incentivar el desarrollo y difusión de tecnologías ambientalmente amigables
- Trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno

Existen otras organizaciones que han definido directrices para el desarrollo de actividades en el marco de la RSE, sin embargo, la mayoría coinciden en que los temas a trabajar son la comunidad, la construcción de una sociedad equitativa, los trabajadores y el medio ambiente.

**5.1.3. Fases de la responsabilidad social empresarial.** Dentro de la evolución histórica de la responsabilidad social de las empresas, P. Murphy<sup>18</sup> definió las primeras cuatro fases.

✓ **Fase precursora**

**Periodo:** Se dio desde la Revolución Industrial hasta el nacimiento de Estados Unidos como nación en la década de 1900.

**Prácticas:** Maximización de utilidades, producción eficiente, demanda satisfactoria de los mercados y control por parte de los accionistas. Se entiende la RSE como caridad, servicio, filantropía.

✓ **Fase filantrópica. Periodo:** 1900 - 1950.

**Prácticas:** Donativos voluntarios, caridad. Pueblos constituidos por compañías, finalidad: bienestar de los empleados. Legislación federal. Desempeño de la publicidad. La preocupación de la Administración se extiende más allá de los accionistas y se compromete con otros grupos.

✓ **Fase de toma de conciencia: Periodo:** 1953 - 1967

**Prácticas:** Compromiso activo de las empresas con la comunidad.

✓ **Fase de los problemas. Periodo:** Desde 1967-1973

---

<sup>18</sup> P., Murphy. An Evolution: Corporate Social Responsiveness. En: Business Review, no. 30, University of Michigan, 1978. p. 19-25.

**Prácticas:** Las empresas responden ante una variedad de problemas sociales importantes. Mayor conciencia de la ética en los negocios, se concibe la sociedad como un complejo de organizaciones. Aumenta sensibilidad social empresarial y se enfoca a la calidad de vida. Surge nuevo modelo de entorno social, donde las empresas y negocios aceptan voluntariamente sus responsabilidades sociales y responden de muchas formas a las demandas políticas y públicas. Se integran los accionistas a los beneficios y las dinámicas de la RSE. El concepto de RSE adquiere mayor fuerza en el entorno de los negocios.

✓ **Fase del reconocimiento**<sup>19</sup> **Periodo:** 1973-1980

**Prácticas:** Profusión de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que velan por la ética en los negocios y el comportamiento de las empresas. Mayor demanda por parte de la academia, de conocer y desarrollar nuevas formas de compromisos entre la empresa y la sociedad, buscando satisfacer el interés general y aportar valor a los gestores o dueños del negocio. La cultura de servicio al cliente, el acceso a la información y la competencia han hecho que el consumidor empiece a exigir sobre lo que busca en el producto y en la empresa que lo provee. Surgen compromisos con la inclusión social en sentido económico cultural y político.

✓ **Fase del compromiso**<sup>20</sup> **Periodo:** 1980-actualidad

**Prácticas:** Se salvaguarda la cultura, el respeto por las minorías y la integridad humana. Se le atribuye a la corporación una tarea articuladora del tejido social y cultural. Se advierte impacto de las organizaciones y su compromiso con el equilibrio social. Cobran mayor fundamento los conceptos de capital social, cultural y humano. Aparece la ética en el escenario de las relaciones comerciales. La RSE se vincula al concepto de sostenibilidad.

**5.1.4. La creación de valor en las empresas.** Una compañía crea valor para sus accionistas cuando la rentabilidad obtenida sobre el capital invertido es superior al costo de dicho capital<sup>21</sup>. Este concepto no solo ha sido trabajado en la academia, sino que hoy en día es usual verlo como factor relevante al interior de las estrategias organizacionales.

---

<sup>19</sup> YEPEZ LÓPEZ. PEÑA COLLAZOS. SÁNCHEZ MALDONADO. Op. cit, p. 107-108.

<sup>20</sup> *Ibíd.*, p. 107-108.

<sup>21</sup> GALLEGOS M. Juan, MANRÍQUEZ, Sandra. Análisis y aplicación de la medición y gestión del Valor Económico Agregado (EVA) a una empresa que cotiza en bolsa [en línea] p. 18 [consultado 08 de mayo de 2015]. Disponible en:  
<http://www.capic.cl/capic/portada/vol3/Art%204%20Manriquez%20Gallegos%20Valenzuela.pdf>

De acuerdo con la visión de Francisco López Lubián, medir la creación de valor en una empresa es una tarea que supone medir la creación de flujos de fondos, el empleo de recursos necesarios para obtener esos flujos monetarios y el riesgo asociado a esas decisiones de futuro para cuantificar la rentabilidad económica que se crea<sup>22</sup>. En otras palabras, esta medición es la que permite ver el cumplimiento de las expectativas de las metas financieras del negocio y establecer el valor que genera para los grupos de interés. El siguiente cuadro resume los indicadores de creación de valor más usados por las organizaciones.

**Cuadro 1.** Indicadores para medición de la creación de valor

Indicador	Definición
UTILIDAD NETA	Utilidad después de impuestos
BENEFICIO POR ACCIÓN	Utilidad Neta dividida por el número de acciones
NOPAT	Resultado antes de intereses e impuestos menos impuestos a pagar por operaciones
ROE	NOPAT (año t) dividido por total Recursos Propios (año t-1)
ROA	NOPAT (año t) dividido por diferencia entre Activos Operativos y Pasivos sin coste financiero (año t-1)
CASH FLOW OPERATIVO (CFO)	NOPAT más gastos de amortización
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	CFO menos necesidades Operativas de Fondos y necesidades netas de inversión en Activos Fijos.
CASH FLOW RETURN (CFR)	CFO dividido por total Activos Netos menos Pasivos sin coste financiero.
RETURN ON GROSS INVESTMENT (ROGI)	CFO dividido por total Activos Brutos menos Pasivos sin coste financiero
VALOR DE LA COTIZACIÓN	Valor de mercado de la acción
TOTAL SHARE RETURN (TSR)	Variación de la cotización entre dos años (t y t-1) más dividendo pagado en el año t, dividido por cotización en el año t-1
BENEFICIO ECONÓMICO	NOPAT (año t), menos Coste de Capital (año t) multiplicado por Activos Netos (año t-1)
EVA	Idéntico al Beneficio Económico. Puede diferir en los ajustes necesarios para llegar al NOPAT.
CASH VALUE ADDED (CVA)	$CFO_t - Am. Económica - K_t \times (Activos Brutos t-1)$

**Fuente:** LÓPEZ, Francisco J. La dirección de negocios orientada a la creación de valor [en línea]. España, 1998. p. 6. [consultado 18 de mayo de 2015]. Disponible en: <http://www.ie.edu/flubian/documentos/articulohdbr.pdf>

<sup>22</sup> LÓPEZ, Francisco J. La dirección de negocios orientada a la creación de valor [en línea]. España, 1998. p. 6. [consultado 18 de mayo de 2015]. Disponible en: <http://www.ie.edu/flubian/documentos/articulohdbr.pdf>

Esta visión no es nueva, pues desde hace mucho tiempo se utilizan como elementos de decisión y valoración las técnicas financieras de descuentos de flujos de tesorería a la tasa que representa el costo del capital de la empresa. Sin entrar en los problemas que se presentan en la aplicación de estas técnicas a situaciones reales, es evidente que crear valor en una empresa es equivalente a tomar decisiones que, en la práctica, generen un valor actual neto positivo.

## 5.2. MARCO LEGAL

**5.2.1. Beneficios tributarios de la RSE.** El Estatuto Tributario Colombiano<sup>23</sup> describe los detalles acerca de los beneficios a los que pueden acceder las empresas cuando realizan inversión en programas de RSE.

- ✓ Bienes excluidos del impuesto (Artículos 424-5 numeral 4). Quedan excluidos del impuesto sobre las ventas los siguientes bienes: (...) Los equipos y elementos nacionales o importados que se destinen a la construcción, instalación, montaje y operación de sistemas de control y monitoreo, necesarios para el cumplimiento de las disposiciones, regulaciones y estándares ambientales vigentes, para lo cual deberá acreditarse tal condición ante el Ministerio del Medio Ambiente.
- ✓ Importaciones que no causan impuesto (Artículo 428). Las siguientes importaciones no causan el impuesto sobre las ventas: la importación de maquinaria o equipos siempre y cuando, éstos no se produzcan en el país, destinados a reciclar y procesar basuras o desperdicios (la maquinaria comprende lavado, separado, reciclado y extrusión), y los destinados a la depuración o tratamiento de aguas residuales, emisiones atmosféricas o residuos sólidos para recuperación de los ríos o el saneamiento básico que conduzca al mejoramiento del medio ambiente, siempre y cuando hagan parte de un programa que se apruebe por el ministerio.

Según fuentes del Ministerio del Medio Ambiente, cuando se trate de contratos ya celebrados, esta exención deberá reflejarse en un menor valor del contrato. Así mismo, los equipos para el control y monitoreo ambiental, incluidos aquellos para cumplir con los compromisos del Protocolo de Montreal.

---

<sup>23</sup> DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES (DIAN). Estatuto Tributario [en línea]. Bogotá D.C. [Consultado 17 de mayo de 2015]. Disponible en Internet: <http://www.dian.gov.co/dian/15servicios.nsf/etributario?OpenView&Start=1&Count=1000&Collapse=4#4>

La importación de maquinaria y equipos destinados al desarrollo de proyectos o actividades que sean exportadores de certificados de reducción de emisiones de carbono y que contribuyan a reducir la emisión de gases de efecto invernadero y por lo tanto al desarrollo sostenible.

- ✓ Deducción por inversiones en control y mejoramiento del medio ambiente (Artículo 158-2): las personas jurídicas que realicen directamente inversiones en control y mejoramiento del medio ambiente, tendrán derecho a deducir anualmente de su renta el valor de dichas inversiones que hayan realizado en el respectivo año gravable, previa acreditación que efectúe la autoridad ambiental respectiva, en la cual deberán tenerse en cuenta los beneficios ambientales directos asociados a dichas inversiones.
  
- ✓ Otras rentas exentas (Artículo 207-2). Son rentas exentas las generadas por los siguientes conceptos, con los requisitos y controles que establezca el reglamento. Entre las rentas relacionadas con inversiones ambientales están:

Venta de energía eléctrica generada con base en los recursos eólicos, biomasa o residuos agrícolas, realizada únicamente por las empresas generadoras, por un término de quince (15) años, siempre que se cumplan con los siguientes requisitos establecidos en el Estatuto Tributario.

El Decreto 2532 de 2001 (por el cual se reglamenta el numeral 4° del artículo 424-5 y el literal f) del Estatuto Tributario contiene los requisitos para solicitar la exclusión de impuesto sobre las ventas, las definiciones de las que tratan los mencionados artículos.

La Resolución 978 de 2007 establece la forma y requisitos para presentar ante el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible las solicitudes de acreditación para obtener la certificación de que tratan los artículos 424-5 numeral 4 y 428 literales f e i, del Estatuto Tributario, con miras a obtener la exclusión de impuesto sobre las ventas correspondiente.

El Decreto 3172 de 2003 reglamenta el artículo 158-2 del Estatuto Tributario y la Resolución 0136 de 2004 en la que se establecen los procedimientos para solicitar ante las autoridades ambientales competentes, la acreditación o certificación de las inversiones de control y mejoramiento del medio ambiente.

**5.2.2. Pasos a seguir para acceder a los beneficios tributarios.** Los beneficios tributarios con el IVA requieren una certificación expedida por el Ministerio de Ambiente, mientras que los relacionados con el impuesto a la renta, dependiendo de las competencias, son certificados por el ministerio, las corporaciones autónomas regionales o las autoridades ambientales urbanas.

- ✓ Equipos y elementos que no pagan IVA: La adquisición de equipos y elementos necesarios para los sistemas de control y monitoreo ambiental, la importación de equipos para reciclar y procesar basuras, depuración y tratamiento de aguas residuales, emisiones atmosféricas o residuos sólidos y para proyectos que reduzcan las emisiones de gases efecto invernadero, así como los equipos necesarios para reconvertir vehículos a gas natural, no causan IVA. El ahorro para los empresarios es de 16% del valor de compra de los equipos (Artículos 424-5 numeral 4 y 428 literales “f” e “i” del Estatuto Tributario).
- ✓ Deducción en la base de impuesto a la renta: Es posible deducir el valor de la inversión en control y mejoramiento ambiental de la base de liquidación de renta hasta un monto que no supere el 20% de la renta líquida (Artículo 158-2 del Estatuto Tributario).
- ✓ Rentas exentas: La venta de energía generada con base en los recursos eólicos, biomasa o residuos agrícolas que generen reducciones de gases efecto invernadero y vendan los certificados de reducción de emisiones de dióxido de carbono, y los ingresos obtenidos de los servicios de ecoturismo, se consideran exentos del pago del impuesto de renta. (Artículos 207-2 numerales 1 y 5 del Estatuto Tributario).

### **5.2.3. Donaciones.**

**5.2.3.1. Deducción por donaciones.** De acuerdo con el artículo 125 del Estatuto Tributario, los contribuyentes del impuesto de renta que estén obligados a presentar declaración de renta y complementarios dentro del país, tienen derecho a deducir de la renta el valor de las donaciones efectuadas, durante el año o período gravable, a:

Las entidades señaladas en el artículo 22, y las asociaciones, corporaciones y fundaciones, sin ánimo de lucro, cuyo objeto social y actividad correspondan al desarrollo de la salud, la educación, la cultura, la religión, el deporte, la investigación científica y tecnológica, la ecología y protección ambiental, la defensa, protección y

promoción de los derechos humanos y el acceso a la justicia o de programas de desarrollo social, siempre y cuando las mismas sean de interés general.

El valor a deducir por este concepto, en ningún caso podrá ser superior al treinta por ciento (30%) de la renta líquida del contribuyente, determinada antes de restar el valor de la donación. Esta limitación no será aplicable en el caso de las donaciones que se efectúen a los fondos mixtos de promoción de la cultura, el deporte y las artes que se creen en los niveles departamental, municipal y distrital, al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar -ICBF- para el cumplimiento de sus programas del servicio al menor y a la familia, ni en el caso de las donaciones a las instituciones de educación superior, centros de investigación y de altos estudios para financiar programas de investigación en innovaciones científicas, tecnológicas, de ciencias sociales y mejoramiento de la productividad, previa aprobación de estos programas por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

**5.2.3.2. Requisitos de los beneficiarios de las donaciones.** Cuando la entidad beneficiaria de la donación que da derecho a deducción, sea alguna de las entidades consagradas en el numeral segundo del artículo 125, deberá reunir las siguientes condiciones:

- Haber sido reconocida como persona jurídica sin ánimo de lucro y estar sometida en su funcionamiento a vigilancia oficial.
- Haber cumplido con la obligación de presentar la declaración de ingresos y patrimonio o de renta, según el caso, por el año inmediatamente anterior al de la donación.
- Manejar, en depósitos o inversiones en establecimientos financieros autorizados, los ingresos por donaciones.

**5.2.3.3. Modalidades de donación.** Las donaciones que dan derecho a la deducción deben revestir las siguientes modalidades:

- Cuando se done dinero, el pago debe haberse realizado por medio de cheque, tarjeta de crédito a través de un intermediario financiero.

- Cuando se donen títulos valores, se estimarán a precios de mercado de acuerdo con el procedimiento establecido por la Superintendencia de Valores. Cuando se donen otros activos, su valor se estimará por el costo de adquisición más los ajustes por inflación efectuados hasta la fecha de la donación, menos las depreciaciones acumuladas hasta esa misma fecha.

**5.2.3.4. Requisitos para reconocer la deducción.** Para que proceda el reconocimiento de la deducción por concepto de donaciones, se requiere una certificación de la entidad donataria, firmada por Revisor Fiscal o Contador, en donde conste la forma, el monto y la destinación de la donación, así como el cumplimiento de las condiciones señaladas en los artículos anteriores.

En ningún caso procederá la deducción por concepto de donaciones, cuando se donen acciones, cuotas partes o participaciones, títulos valores, derechos o acreencias, poseídos en entidades o sociedades.

**5.2.3.5. Requisitos de las deducciones por donaciones.** Las deducciones por donaciones establecidas en disposiciones especiales, serán otorgadas en las condiciones previstas en el artículo 125 del Estatuto Tributario. Para los fines previstos en el numeral 2 del artículo 125 de este Estatuto, se tendrán en cuenta igualmente las donaciones efectuadas a los partidos o movimientos políticos aprobados por el Consejo Nacional Electoral.

**5.2.3.6. Deducción de contribuciones a fondos mutuos de inversión.** Las empresas podrán deducir de su renta bruta, el monto de su contribución al fondo mutuo de inversión.

**5.2.3.7. Deducción por donaciones efectuadas a la Corporación General Gustavo Matamoros D'Costa.** Los contribuyentes que hagan donaciones a la Corporación General Gustavo Matamoros D'Costa y a las fundaciones y organizaciones dedicadas a la defensa, protección y promoción de los derechos humanos y el acceso a la justicia, tienen derecho a deducir de la renta, el 125% del valor de las donaciones efectuadas durante el año o periodo gravable.

Los contribuyentes que hagan donaciones a organismos del deporte aficionado tales como clubes deportivos, clubes promotores, comités deportivos, ligas deportivas, asociaciones deportivas, federaciones deportivas y Comité Olímpico Colombiano debidamente reconocidas, que sean personas jurídicas sin ánimo de lucro, tienen derecho a deducir de la renta el 125% del valor de la donación, siempre



y cuando se cumplan los requisitos previstos en los artículos 125, 125-1, 125-2 y 125-3 del Estatuto Tributario.

Los contribuyentes que hagan donaciones a organismos deportivos y recreativos o culturales debidamente reconocidos que sean personas jurídicas son ánimo de lucro, tienen derecho a deducir de la renta, el 125% del valor de las donaciones efectuadas durante el año o período gravable.

Para gozar del beneficio de las donaciones efectuadas, deberá acreditarse el cumplimiento de las demás condiciones y requisitos establecidos en los artículos 125-1, 125-2 y 125-3 del Estatuto Tributario y los demás que establezca el reglamento.

#### **5.2.4. Precisiones adicionales relacionadas con el Decreto 2076 de 1992.**

**5.2.4.1. Definición de investigaciones científicas y tecnológicas.** Para los efectos de lo dispuesto en los artículos 125, 158-1 y 428-1 del Estatuto Tributario, se entiende por investigaciones de carácter científico y tecnológico todas aquellas destinadas a crear conocimiento, desarrollar invenciones, desarrollar o mejorar nuevos productos o procesos, o mejorar los existentes, o aumentar la productividad mejorando la eficiencia y la eficacia de los procesos productivos.

**5.2.4.2. Definición de programas de investigación, proyecto de investigación e inversiones en investigaciones científicas y tecnológicas.** Para los efectos de los artículos 125, 158-1 y 428-1 del Estatuto Tributario, se considera:

- Programa de investigación. Es el conjunto de proyectos y demás actividades estructuradas y coordinadas para crear ciencia o desarrollar tecnología, cuyos resultados o productos combinados satisfacen necesidades globales, nacionales, regionales, locales u organizacionales de conocimiento e innovación.

Un programa de investigación debe estar estructurado por objetivos, metas, acciones e insumos y materializado en proyectos y otras actividades complementarias. Su alcance debe ser de mediano y largo plazo y deberá cumplir los siguientes requisitos:

- Contar con un grupo de investigadores con capacidad para desarrollar investigación competitiva a nivel nacional e internacional
  - Participar directamente en el desarrollo de los programas de postgrado debidamente aprobados, y
  - Estar debidamente inscrito en un registro de los centros de investigación y altos estudios que lleve la secretaría técnica del consejo nacional de ciencia y tecnología.
- Proyecto de investigación. Aquel que forma parte de un programa y enfoca la solución de un problema específico de carácter científico o tecnológico en un tiempo determinado, con recursos y resultados explícitos; comprende un cierto número de actividades, tareas o experimentos. Todo proyecto debe identificar claramente la materia a investigar, el objeto que persigue, la metodología propuesta y los resultados esperados y el término de su ejecución.
  - Inversiones en investigaciones en ciencia y tecnología. Todos los gastos necesarios para la realización de un proyecto de investigación.

**5.2.4.3. Requisitos para solicitar la autorización previa del consejo nacional de ciencia y tecnología.** El Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, establecerá mediante acuerdo, la forma y los requisitos, como han de presentarse a su consideración los programas y proyectos de investigación científica o tecnológica, para efectos de obtener la autorización previa a que se refieren los artículos 125 y 158-1 del Estatuto Tributario.

De igual manera y mediante resolución, procederá el director del Departamento Nacional de Planeación para efectos de la autorización previa de que trata el artículo 428-1 del Estatuto Tributario.

En todo caso, el pronunciamiento deberá producirse dentro del mes siguiente a la solicitud presentada en debida forma.

## 6. METODOLOGÍA

### 6.1. TIPO DE ESTUDIO

Se realizarán dos tipos de investigación: Investigación descriptiva e Investigación cuantitativa y cualitativa.

**6.1.1. Investigación descriptiva.** El estudio describe los aspectos más relevantes de las empresas a estudiar, su entorno, la relación con los programas de RSE y beneficios tributarios recibidos. “En un estudio descriptivo se seleccionan una serie de cuestiones, conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin, precisamente, de describirlas. Estos estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno”<sup>24</sup>.

**6.1.2. Investigación cuantitativa y cualitativa.** Se recoge, procesa y analiza información concerniente a las variables de interés en el estudio que será de utilidad para hacer las recomendaciones finales.

Cook y Reichardt sostienen al respecto de este tipo de investigación las siguientes dos cuestiones<sup>25</sup>:

- El que un investigador utilice uno u otro método no depende del paradigma que sostenga. De hecho, se han utilizado métodos cualitativos dentro de paradigmas cuantitativos, y viceversa.
- La oposición radical entre ambos tipos de método no tiene sentido, y resaltan los beneficios potenciales del empleo conjunto de ambos métodos. Se mencionan tres razones por las cuales pueden emplearse conjuntamente ambos métodos:
  - Objetivos múltiples, que obligan a usar diferentes métodos.
  - Los dos métodos pueden vigorizarse mutuamente, brindando cada uno lo que el otro no puede dar.

---

<sup>24</sup> CAZAU, Pablo. Introducción a la investigación en Ciencias Sociales. Tercera Edición. Buenos Aires, 2006. p. 33-34.

<sup>25</sup> CAZAU, Op. cit. p. 27.

- Como ambos métodos tienen prejuicios, sólo cabe llegar a la verdad usando técnicas diferentes con las que se harán triangulaciones.

Usar ambos métodos tiene también sus desventajas: puede ser caro, suponer demasiado tiempo, y se puede carecer de adiestramiento en ambos métodos.

## **6.2. DISEÑO METODOLÓGICO**

El estudio se desarrolló en dos fases:

La primera fase consta de la revisión de bibliografía, artículos y documentos que tienen relación con la región y las empresas que se asentaron en esa zona debido a los incentivos tributarios brindados por el gobierno. También se revisaron características de su población, sus necesidades, potencial económico, impacto de la Ley Páez en su dinámica empresarial, entre otras variables.

Adicionalmente como parte esta fase, se desarrolló un diagnóstico de cada una de las empresas participantes: Imbera S.A., Forsa S.A., Pavco de Occidente S.A., Plásticos Team S.A.S. y Colinagro S.A. Este diagnóstico incluyó información tal como la reseña de la empresa, misión, visión, portafolio de productos y/o servicios, desempeño económico y descripción de actividades de responsabilidad social. Para ello fue necesario consultar fuentes como páginas de internet, folletos, catálogo de productos y/o servicios, cartillas corporativas sobre programas de RSE y bases de datos con estados financieros. La información fue complementada a través de entrevistas presenciales con los distintos representantes de las compañías.

La segunda fase permitió identificar aspectos más profundos de la implementación de los programas de RSE tal como la elaboración de informes y reportes, origen de las iniciativas, áreas de responsabilidad, estándares internacionales o guías de referencia utilizadas, difusión, origen de los recursos, magnitud de las inversiones y descuentos tributarios obtenidos.

Para efectos de conseguir la información asociada a estas variables, se diseñó una encuesta de 17 preguntas de opción múltiple y 2 preguntas abiertas, la cual fue respondida por el representante de cada empresa durante una entrevista de carácter presencial liderada por los autores de este estudio. Como complemento a la información recogida, fue necesario entrevistar a profesionales expertos en

temas tributarios asociados a la implementación de programas de RSE, con el propósito de conocer sobre mejores prácticas y sus experiencias en otras organizaciones. Estas fueron de gran utilidad y ayudaron a enriquecer el estudio.

## 7. CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS EN ESTUDIO

Las cinco empresas seleccionadas para la realización de este estudio se encuentran ubicadas en la Zona Franca del Departamento del Cauca, sus actividades económicas y niveles de desempeño son diferentes con excepción de dos de ellas que pertenecen al mismo sector industrial. De cada una de ellas se obtuvo información acerca de su estrategia organizacional, portafolio de productos y/o servicios, y procesos clave, adicionalmente, con la ayuda de una encuesta se recolectaron datos relevantes en relación con sus programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Las empresas que brindaron su información para el presente trabajo se muestran en el siguiente cuadro:

**Cuadro 2.** Empresas participantes

	IMBERA SERVICIOS COLOMBIA S.A.S.	FORSA S.A.	PAVCO DE OCCIDENTE S.A.S.	PLASTICOS TEAM S.A.S.	COLINAGRO S.A.
<b>Sector</b>	Mayoristas Generales	Metalmecánica	Plásticos y Empaques	Plásticos y Empaques	Químicos y Derivados
<b>Dirección</b>	Carrera 127 No. 22D – 08	Cille 4 No 27–52	Parque Industrial y Comercial del Cauca Etapa III	Zona Franca Permanente Del Cauca Vereda La Sofia Etapa I	Lote 10 Etapa 3 Parque Industrial Y Comercial Del Cauca
<b>Ubicación oficina principal</b>	Bogota D.C., Cundinamarca	Cali, Valle del Cauca	Caloto, Cauca	Guachené, Cauca	Puerto Tejada, Cauca
<b>Fecha de fundación</b>	31/05/2011	13/12/1996	21/10/1997	31/07/2009	20/12/1997
<b>Objeto social</b>	Mantenimiento y reparación de equipos de refrigeración comercio de equipos	Diseño, fabricación, distribución y comercialización de todo tipo de sistemas constructivos para el sector de la construcción directamente desde zona franca.	Elaboración de artículos de plástico	Tendra por objeto actuar como usuario industrial de bienes y servicios, exclusivamente en y desde un territorio declarado como zona franca permanente. entres sus actividades podrá realizar el montaje.	Fabricación de fertilizantes
<b>Actividad principal</b>	Mantenimiento y reparacion de equipos de refrigeración comercio de equipos	Fabricación de productos metálicos para uso estructural	Fabricación de artículos de plastico	Productos de plástico	Fabricación de abonos y compuestos inorgánicos nitrogenados
<b>Ventas 2013 Millones (COP)</b>	\$30.712	\$112.926	\$77.143	\$31.248	\$38.220

**Fuente:** Elaboración propia

## 7.1. IMBERA S.A.<sup>26</sup>

Imbera es el segundo mayor fabricante de refrigeradores comerciales del mundo, exporta sus productos a 45 países diferentes. Tiene tres plantas de producción ubicadas en México, Brasil y Colombia; alianzas con fabricantes en Argentina, Turquía y Pakistán; oficinas de ventas en ocho países y los servicios de mantenimiento en nueve.

Esta compañía forma parte de FEMSA, una de las empresas de consumo más grandes de América Latina que tiene un alcance de más de 215 millones de consumidores. Sus operaciones incluyen el embotellador independiente de Coca-Cola más grande del mundo, más de 10.000 tiendas de conveniencia OXXO y una importante inversión en Heineken.

**7.1.1. Misión.** Generar valor económico y social a través de empresas e instituciones.

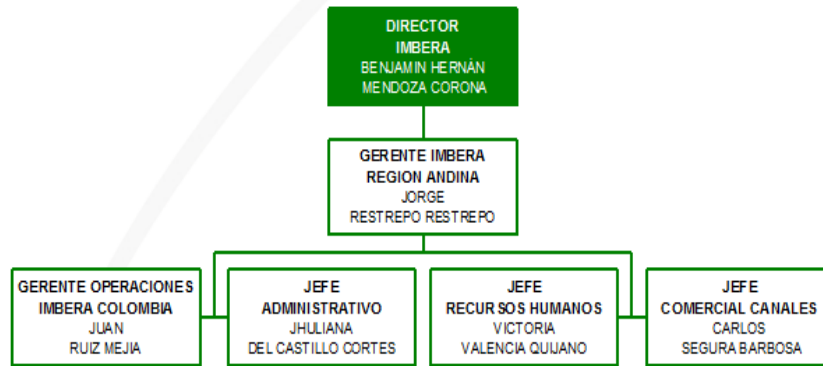
**7.1.2. Visión.** Satisfacemos con excelencia al consumidor de bienes y servicios. Duplicamos el valor de nuestros negocios cada cinco años. Tenemos una diversificación en mercados que privilegian un alto potencial de crecimiento. Somos líderes en los mercados en donde operamos. Transformamos positivamente las comunidades en donde participamos. Somos el mejor lugar para trabajar.

**7.1.3. Estructura organizacional.** Imbera S.A. tiene una estructura jerárquica tradicional de una organización industrial, la cual es encabezada por el Director General, quien a su vez se apoya en un Gerente que administra todos los procesos operativos y administrativos. En las siguiente figuras se muestra el detalle del organigrama de la gerencia y Recursos Humanos, ésta última es la encargada de administrar el programa de Responsabilidad Social de la organización.

---

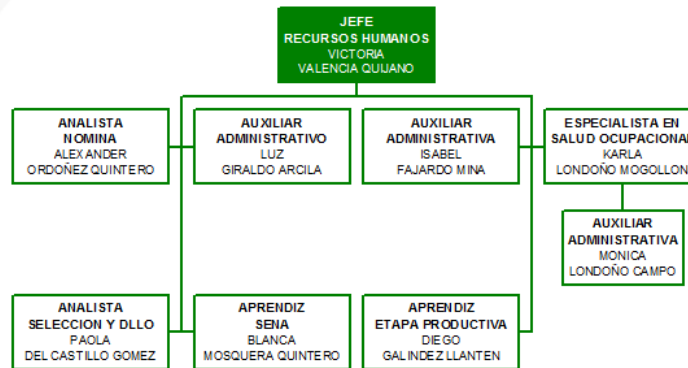
<sup>26</sup> Página web Imbera S.A. Colombia: Imbera S.A. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.imberacolombia.com>

**Figura 1.** Organigrama Alta Dirección Imbera S.A.



**Fuente:** Elaborado a partir de Imbera S.A. [en línea] Caloto, 2005. Página [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.imberacolombia.com>

**Figura 2.** Organigrama Recursos Humanos



**Fuente:** Elaborado a partir de Imbera S.A. [en línea] Caloto, 2005. Página [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.imberacolombia.com>

**7.1.4. Responsabilidad social.** La compañía cuenta con un experimentado grupo de diseñadores, ingenieros y técnicos que buscan que sus equipos ofrezcan la más alta eficiencia en el consumo energético y el menor costo de pertenencia de la industria, junto con frío constante garantizado exhibición de productos en el punto de venta. Imbera también contribuye en transformar positivamente a las comunidades, a través de creación simultánea de valor económico, social y ambiental.

Imbera trabaja asegurando el mínimo impacto ambiental durante el ciclo de vida de los enfriadores lo cual le permite ofrecer el menor Costo Total de Propiedad (TCO) y el menor impacto ambiental del mercado. También ha sido reconocida con el



galardón internacional One Planet Company por sus procesos altamente responsables y sostenibles en los frentes que se muestran en la siguiente figura:

**Figura 3.** Frentes de trabajo Responsabilidad social y sostenible Imbera S.A.



**Fuente:** Elaborado a partir de Imbera S.A. [en línea] Caloto, 2005.Página [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.imberacolombia.com>

**7.1.5. Portafolio de productos.** Imbera comercializa tres líneas de productos: Enfriadores, botelleros y congeladores. El botellero BHC 200 es ideal para el trabajo pesado de alta rotación, condiciones extremas de temperatura y humedad ya que mantiene los productos fríos en el punto de venta.

**Figura 4.** Botellero BHC 200



**Fuente:** Elaborado a partir de Imbera S.A. [en línea] Caloto, 2005.Página [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.imberacolombia.com>

La Vitrina VH 900 es un equipo especial para establecimientos que requieran productos en primera posición, tienen amplia capacidad de producto.

**Figura 5.** Vitrina VH900



**Fuente:** Elaborado a partir de Imbera S.A. [en línea] Caloto, 2005. Página [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.imberacolombia.com>

El Congelador CV 15 es vertical en acero inoxidable características que gracias a su diseño innovador y gran espacio de visibilidad es ideal para cocinas y espacios reducidos.

**Figura 6.** Congelador CV 15



**Fuente:** Elaborado a partir de Imbera S.A. [en línea] Caloto, 2005. Página [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.imberacolombia.com>

El Enfriador NV 100 es un equipo práctico para exhibir productos en espacios reducidos ya que puede ser instalado en la pared o sobre mostradores.

**Figura 7.** Enfriador NV 100

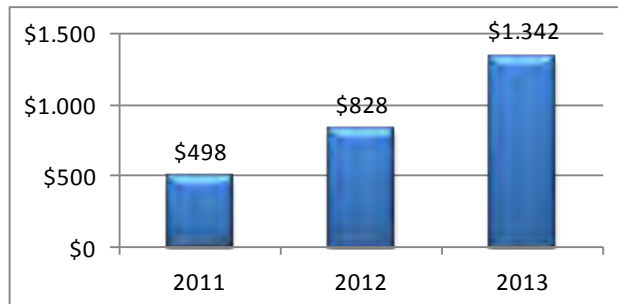


**Fuente:** Elaborado a partir de Imbera S.A. [en línea] Caloto, 2005.Página [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.imberacolombia.com>

### 7.1.6. Desempeño económico.

**7.1.6.1. Utilidad neta.** El desempeño de las utilidades netas de la compañía ha sido favorable en los últimos 3 años como se puede observar en la siguiente gráfica. En el año 2012, éstas crecieron en un 66% frente al año anterior, mientras que para 2013, el crecimiento fue del 62% comparado con el año 2012.

**Gráfica 1.**Utilidad Neta Imbera S.A. (Millones de COP)



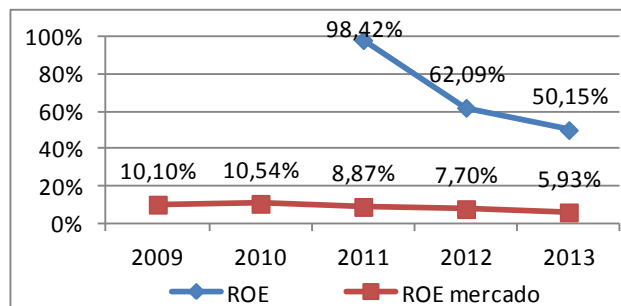
**Fuente:** Elaborado a partir de Imbera S.A. Estados Financieros [en línea] Caloto, 2005.Página [Consultado 18 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.imberacolombia.com>

En el año 2012 se dio un crecimiento sustancial en las ventas de la empresa equivalente al 161% frente al año inmediatamente anterior. Para el año 2013, el nivel de ingresos por ventas también fue creciente pero ya con un valor más bajo frente al año 2012, siendo éste un 27%. La relación entre el costo de ventas y los ingresos por ventas se mantuvieron estables en estos tres años, por lo cual se puede atribuir el incremento de la utilidad neta principalmente a la estrategia corporativa de ventas.

**7.1.6.2. Rentabilidad sobre patrimonio (ROE).** La rentabilidad de la compañía en relación con el patrimonio tuvo unas cifras positivas y muy por encima del comportamiento del mercado, sin embargo, la tendencia durante los últimos tres años fue decreciente, con un descenso dramático entre los años 2011 y 2012, en los cuales cayó de 98.42% a 62.09%.

La razón de ésta disminución sustancial del ROE, es el incremento del patrimonio del 163% en el 2012 frente al año inmediatamente anterior a causa de mayores utilidades del ejercicio y utilidades retenidas. En la siguiente gráfica se puede apreciar el comportamiento del ROE de la compañía y el del sector.

**Gráfica 2.** ROE Imbera S.A.



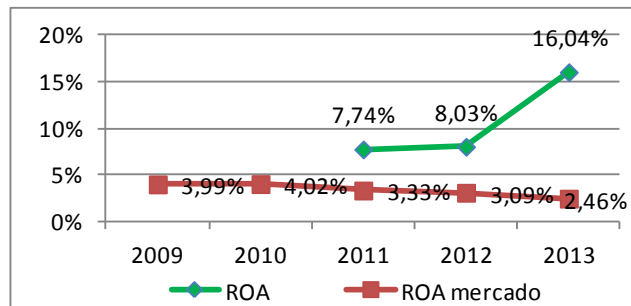
**Fuente:** Elaborado a partir de Imbera S.A. Estados Financieros [en línea] Caloto, 2005. Página [Consultado 18 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.imberacolombia.com>

**7.1.6.3. Rentabilidad sobre Activos (ROA).** A diferencia del ROE, el ROA de la compañía tiene un comportamiento creciente y favorable desde el año 2011 al 2013, con un marcado ascenso entre los dos últimos años, en el cual éste indicador se perfila con un desempeño un 99.75% por encima del periodo anterior como se muestra en la siguiente gráfica.

Esta situación se da como consecuencia de una reducción del 19% en el valor de los Activos Totales entre 2012 y 2013 generada por menos efectivo en las cuentas

del Activo Corriente tal como Cajas y Bancos, Clientes comerciales y reducciones en el valor del inventario principalmente.

**Gráfica 3.** ROA Imbera S.A.



**Fuente:** Elaborado a partir de Imbera S.A. Estados Financieros [en línea] Caloto, 2005. Página [Consultado 18 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.imberacolombia.com>

## 7.2. FORSA S.A.<sup>27</sup>

La compañía Forsa S.A. comercializa, diseña y fabrica formaletas. Ofrece un sistema constructivo, industrializado a base de formaletas con calidad, duraderas, diseñadas específicamente para el proyecto, pensadas para el usuario, entregadas a tiempo y soportadas en un acompañamiento permanente.

Forsa es una empresa pionera desde 1995 en la comercialización y enseñanza del sistema de construcción en serie con encofrados de aluminio en Colombia, Sudamérica, Centro América y algunos países de África, Europa y Asia. Nació en Colombia y es reconocida en más de 22 países donde tienen presencia real.

Un grupo de empresarios e ingenieros colombianos decidieron desarrollar una idea de negocio que transforme la construcción y la convierta en un sistema más práctico, especializado y eficiente para beneficio de los constructores, y que les permita mejorar la rentabilidad en la construcción de vivienda industrializada y por ende hacer que esta sea digna.

<sup>27</sup> Forsa S.A. Colombia: Forsa S.A. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.forsa.com.co>

Después de varios meses de investigación, se desarrolló un producto que ha sido avalado por organismos tecnológicos internacionales como lo son la Universidad del Valle de Colombia, el Instituto de Ciencias Eduardo Torroja de España, Furnas de Brasil, entre otros, como un sistema de encofrados modular y manoportable para facilitar la construcción industrializada de viviendas y de edificaciones en general y que ofrece grandes ventajas sobre los sistemas tradicionales constructivos, tal como es la eficiencia, rapidez y seguridad en obra.

Desde entonces, FORSA se ha dedicado al diseño, fabricación e implementación de sus sistemas de encofrados, pues dispone de la capacidad y conocimiento necesarios para desarrollarlos y así garantizarles a los clientes una construcción de máxima calidad y rentabilidad.

Los clientes de la compañía son constructores competitivos y ambiciosos que les interesa la rentabilidad sin perder calidad. Arquitectos, creativos e innovadores que les interesa que su diseño quede plasmado tal cual lo concibieron y proyectaron. También ingenieros que les interesan cumplir y tener un manejo integral del proyecto, igualmente los operarios que quieren que sus resultados sean rápidos y eficientes sin tener que trabajar jornadas más largas y extenuantes en obra.

**7.2.1. Misión.** Ofrecer soluciones integrales industrializadas para la construcción, ajustadas al proyecto y fáciles para el usuario (operario); soportadas en la calidad de nuestro permanente servicio, innovación y tecnología.

**7.2.2. Visión.** Forsa trabaja para llegar a ser la empresa de soluciones industrializadas para la construcción, más reconocida y rentable, enfocando todos sus esfuerzos hacia su estrategia que consiste en: Ofrecer atención y servicio personalizado a las necesidades de nuestros clientes, enfocada a generar en ellos una satisfacción integral.

**7.2.3. Estructura organizacional.** La compañía cuenta con una estructura jerárquica de cinco niveles:

- Presidencia y Vicepresidencias
- Gerentes
- Jefes
- Analistas
- Auxiliares y Secretarías

Los cargos, niveles y líneas de reporte se detallan en la siguiente figura.

Figura 8. Organigrama Forsa S.A.



Fuente: Elaborado a partir de Forsa S.A. [en línea] Caloto, 2008. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.forsa.com.co>

**7.2.4. Responsabilidad Social.** Forsa S.A. está comprometida con los distintos grupos de interés: Proveedores, Clientes, Medio Ambiente y Comunidad. Las políticas de Responsabilidad social de la compañía están conducidas a:

- Defender los derechos humanos
- Mantener la equidad de género
- Participar activamente en el Proyecto “Región Socialmente Responsable del Norte del Cauca”
- Mantener mínimo el 75% del personal originario del Norte del Cauca



- Implementar permanentemente actividades de bienestar con cobertura a la comunidad más cercana
- Estar soportados en una excelente relación con sus grupos de interés
- No discriminar ni generar trabajo forzoso e infantil

**7.2.5. Portafolio de productos y servicios.** Esta industria ofrece un portafolio en torno a las siguientes líneas: Forsa Alum, Forsa Plast, Forsa Acero, Forsa Andamios, Accesorios y Consumibles.

Forsa Alum es un sistema monolítico que permite en un solo día y en una sola etapa, vaciar en concreto, la fachada, los muros internos y las losas de una vivienda. Cada equipo puede producir entre 1.500 y 2.000 unidades de vivienda, dependiendo del uso y cuidado. Este sistema es más rápido que cualquier otro sistema porque es liviano, fácil armar y desarmar y de transportar manualmente de un piso a otro sin necesidad de utilizar grúas.

**Figura 9.** Forsa Alum



**Fuente:** Elaborado a partir de Forsa S.A. [en línea] Caloto, 2008. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.forsa.com.co>



Forsa Plast consta de paneles fabricados con el proceso de inyección de un polímero (plástico) de alta ingeniería, resistente al impacto y con un altísimo grado de elasticidad, capaz de soportar los pandeos provenientes de las cargas hidrostáticas que se generan en el momento del vaciado del concreto.

**Figura 10.** Forsa Plast



**Fuente:** Elaborado a partir de Forsa S.A. [en línea] Caloto, 2008. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.forsa.com.co>

Forsa Acero consta de un marco fabricado con perfil de acero laminado en frío que brinda alta resistencia a las altas presiones y a los impactos, manijas integradas al panel en la parte superior e inferior para facilitar su manejo, refuerzos horizontales, perforaciones cada 30 cm para el ensamble entre paneles. La cara de contacto de madera contrachapada de 12 mm de espesor de alta densidad se compone de capas con fibras ubicadas en ambos sentidos que soportan las presiones y una película fenólica que la hace resistente al agua y al desgaste por la abrasión del concreto.

**Figura 11. Forsa Acero**



**Fuente:** Elaborado a partir de Forsa S.A. [en línea] Caloto, 2008. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.forsa.com.co>

Forsa Andamios ofrece andamios de fachada, de carga, de seguridad y para apuntalamiento de todo tipo de construcción. Su fabricación es certificada. Es Adaptable a la medida de las características del proyecto.

**Figura 12. Forsa Andamios**



**Fuente:** Elaborado a partir de Forsa S.A. [en línea] Caloto, 2008. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.forsa.com.co>

Forsa Accesorios y Consumibles ofrece elementos como: Cuñas para pasador, pasador corto, corbata M 8 cm, pin grapa derecho 24 mm, cuñas en ángulo, saca

corbatas de impacto, saca p neles, tensor de muros, tensores puertas y ventanas, funda en yumbol n, separadores de malla, viruta (esponjilla de limpieza). En la siguiente figura se pueden apreciar algunos de dichos elementos.

**Figura 13.** Algunos elementos de Forsa Accesorios y Consumibles



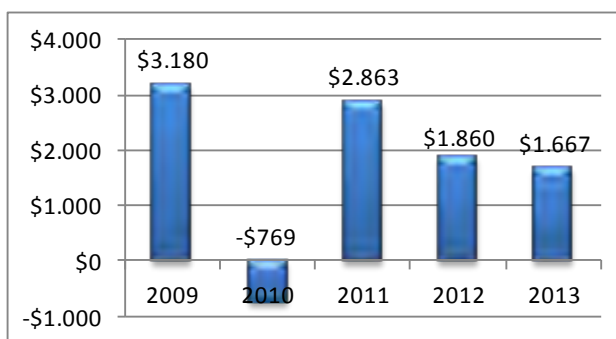
**Fuente:** Elaborado a partir de Forsa S.A. [en línea] Caloto, 2008. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.forsa.com.co>

## 7.2.6. Desempeño económico.

**7.2.6.1. Utilidad Neta.** Del año 2009 al 2013, la compa a Forsa S.A. ha tenido una tendencia decreciente en el valor de su utilidad neta, la cual tuvo su momento más crítico en el año 2010 donde se generaron pérdidas totales por valor de \$769 millones de pesos. Para ese año los ingresos por ventas de la compa a disminuyeron en un 18% frente al año 2009, con el agravante de mantener prácticamente constante el costo de ventas. Adicional a lo anterior los gastos administrativos se incrementaron en un 23% lo cual tuvo un impacto considerable en la utilidad del ejercicio.

Si bien en el año 2013 logró incrementar de forma contundente los ingresos por ventas en un 90% frente al año 2012, los gastos de administración se elevaron en un 48% y los gastos por ventas en un 65% para el mismo periodo, lo cual genera que los beneficios obtenidos no alcancen a ser tan altos como se esperan. A pesar de esto, el panorama parece mejorar frente al comportamiento de los tres años anteriores.

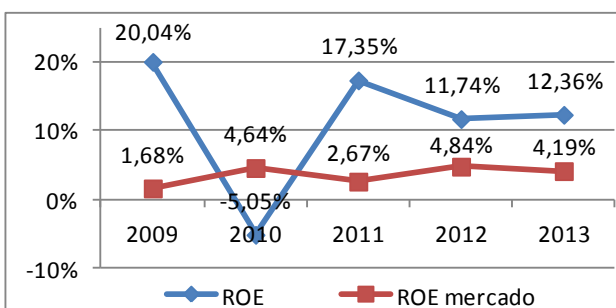
**Gráfica 4.** Utilidad Neta Forsa S.A. (Millones de COP)



**Fuente:** Elaborado a partir de Forsa S.A. Estados Financieros [en línea] Caloto, 2008. [Consultado 18 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.forsa.com.co>

**7.2.6.2. Rentabilidad sobre Patrimonio (ROE).** Coincidiendo con los resultados de la Utilidad neta para el año 2010, el ROE manifestó un desempeño negativo en el mismo año. Luego de presentar un valor sobresaliente del 20.04% en el año 2009, muy por encima del comportamiento del mercado, las pérdidas generadas en el ejercicio generaron una eficiencia baja con relación al patrimonio con el que contaba la compañía. Sin embargo, en los tres años subsiguientes, se presentó una recuperación contundente mostrando una estabilidad favorable. Con excepción de la situación crítica vivida en el año 2010, la organización tuvo un desempeño muy por encima del comportamiento del mercado para dicho indicador.

**Gráfica 5.** ROE Forsa S.A.

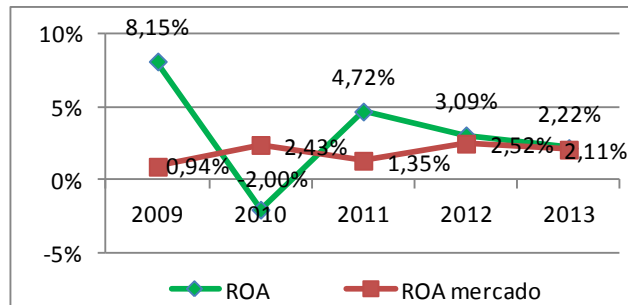


**Fuente:** Elaborado a partir de Forsa S.A. Estados Financieros [en línea] Caloto, 2008. [Consultado 18 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.forsa.com.co>

**7.2.6.3. Rentabilidad sobre Activos (ROA).** La compañía presenta un comportamiento decreciente en el año 2010 hasta conseguir un ROE de -2.0% a causa de la disminución de su utilidad neta. Sin embargo, logra una recuperación para los años posteriores que si bien es algo positivo luego de la crisis, presenta un comportamiento decreciente y refleja la disminución de la eficiencia en los resultados de las utilidades frente a los activos. En todos los casos, con excepción

del año 2010, la compañía logra mantenerse por encima del desempeño del mercado para dicho indicador pero con señales de alerta que se deben atender para no continuar la tendencia desfavorable hacia futuro.

**Gráfica 6.** ROA Forsa S.A.



**Fuente:** Elaborado a partir de Forsa S.A. Estados Financieros [en línea] Caloto, 2008. [Consultado 18 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.forsa.com.co>

### 7.3. PAVCO S.A.<sup>28</sup>

PAVCO hace parte de Mexichem, empresa química y petroquímica líder a nivel global, con más de cincuenta años de trayectoria en la industria y treinta de cotizar en la bolsa mexicana de valores. Cuenta con operaciones en América, Europa y Asia. Comercializa su producción a más de 50 países y cuenta con 17.000 colaboradores, contribuyendo al desarrollo en todos los lugares donde opera. La empresa busca crear valor a partir de sus materias primas básicas, sal y fluorita, mediante la integración vertical de sus negocios en tres cadenas productivas; Cloro Vinilo, Soluciones Integrales y Flúor.

La cadena de Soluciones Integrales en Mexichem Colombia está conformada por Pavco y Geosistemas Pavco, líderes en la fabricación y comercialización de sistemas de tuberías, conexiones y otros productos plásticos, así como geosintéticos para obras civiles, ambientales, mineras, agrícolas y de infraestructura vial. Con más de 50 años de experiencia, la actividad comercial de Pavco es apoyada por una amplia red de Mayoristas y Centros de Distribución en todo el país, y plantas de producción en Bogotá, Barranquilla y Guachené.

<sup>28</sup> Página web Pavco S.A. Colombia: Pavco S.A. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.pavco.com.co>

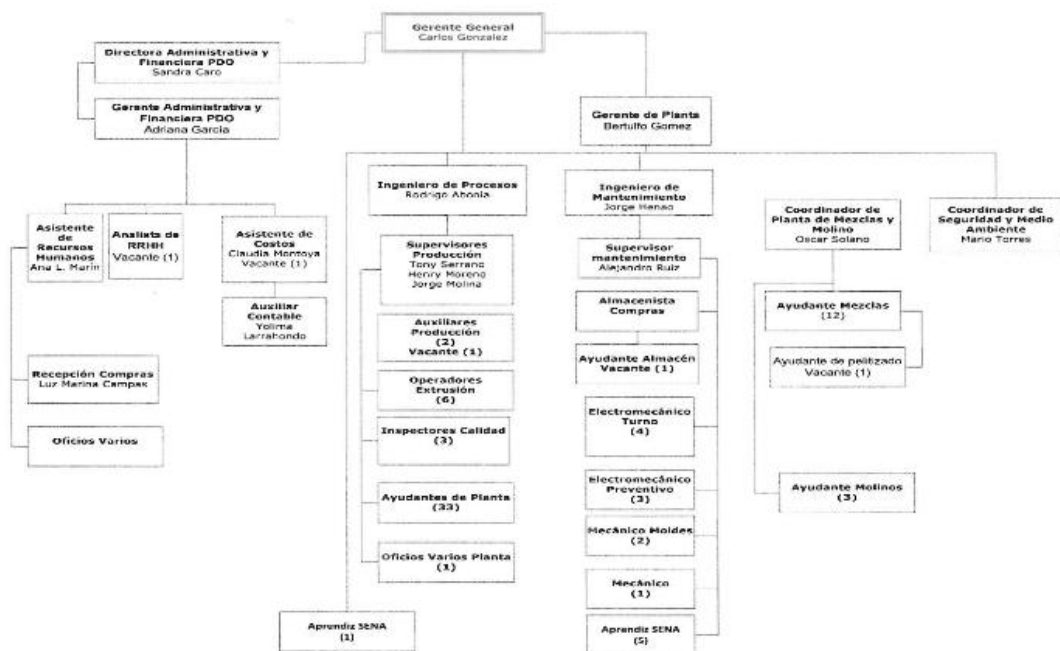
La cultura de trabajo en Mexichem tiene como estrategia de negocio articular los aspectos económicos, sociales y ambientales, publicando su accionar en el reporte de sustentabilidad. Este compromiso con la sustentabilidad le permitió a Pavco en 2009 adherirse a Pacto Global y alinear sus estrategias y operaciones con los diez principios universalmente aceptados, publicando por tercer año consecutivo la Comunicación de Progreso.

**7.3.1. Misión.** Transformar químicos en: productos, servicios y soluciones innovadoras, para los diversos sectores industriales, a través de nuestra excelencia operativa y enfoque en las necesidades del mercado, con el propósito de generar valor continuo para nuestros clientes, colaboradores, socios, accionistas y comunidad, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la gente.

**7.3.2. Visión.** Ser respetada y admirada mundialmente como una compañía química líder enfocada en generar resultados, contribuir al progreso y mejorar la vida de las personas.

**7.3.3. Estructura organizacional.** Pavco S.A. cuenta con una gran estructura de cargos distribuidos entre las áreas de operaciones, que cuenta con la mayor cantidad de colaboradores, y el área administrativa o de soporte. En la siguiente figura se puede observar el detalle del organigrama de cargos.

**Figura 14.** Organigrama Pavco S.A.



Fuente: Elaborado a partir de Pavco S.A. Caloto, 2012. Archivo de Computador [En línea].

**7.3.4. Responsabilidad Social.** En 1998 por los beneficios tributarios ofrecidos por el Gobierno de Colombia en la llamada Ley Páez, se construyó una nueva planta en el norte del Cauca decidiendo trabajar con personal oriundo de la región afro descendiente de comunidades afectadas por la pobreza y la violencia.

Debido a que la mayor parte de la población económicamente activa se dedicaba a labores agrícolas, fue necesario invertir en programas de capacitación intensiva para formar al tipo de empleado que se requería en el proceso productivo. Aunque la curva de aprendizaje fue intensa, hoy los colaboradores han elevado sus niveles de destrezas al grado de que cargos de mando como supervisores e ingenieros de procesos ya son ocupados por personal de la región.

Después de 15 años de operación la plantilla laboral está constituida por 89% de gente originaria del norte del Cauca con indicadores financieros y de productividad positivos aumentando a través de los años la oferta de empleo formal convirtiéndose en un referente de progreso para sus comunidades y considerada una planta modelo en Mexichem. Dentro del plan de inversiones de 2013 la compañía culminó la construcción de tres nuevas plantas en el norte del Cauca que generaron 161 empleos directos.

El mantener unas relaciones laborales fundamentales en la colaboración y el trato digno, reconocido por los trabajadores, básicamente en la comunicación por el

respeto al medio ambiente y su comunidad, el cuidado de su seguridad, su constante capacitación y el aporte a la educación de sus hijos, ha sido interpretado por los colaboradores del norte del Cauca como un reconocimiento de su dignidad tan vulnerada a lo largo de la historia.

La compañía promueve la generación de alianzas para beneficio de las comunidades donde opera y en proyectos con poblaciones vulnerables vecinas, participa de la iniciativa de construcción de un modelo de desarrollo centrado en el norte del Cauca a partir del ejercicio colectivo Región Socialmente Responsable con alcance en los municipios de Puerto Tejada, Villarrica, Guachené y Caloto.

**7.3.5. Portafolio de productos.** Pavco ofrece las siguientes líneas de producto: Tubo-sistemas PVC Presión, Tubería PVC sanitaria, Tubería PVC Sanitaria y ventilación, Tubo sistemas para canalización de redes telefónicas y eléctricas, y Sistema de redes contra incendios para rociadores.

Los tubo-sistemas PVC Presión Pavco están diseñados para transportar agua para consumo humano a presión. Este material garantiza la conservación de la calidad del agua ya que ha sido verificado de acuerdo con estándares internacionales que no dejan que se excedan los valores máximos del aluminio, antimonio, cobre, entre otros.

**Figura 15.** Tubería PVC Presión



**Fuente:** Elaborado a partir de Pavco S.A. [en línea] Caloto, 2009. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.pavco.com.co>

La tubería PVC sanitaria Pavco está diseñada para transportar agua servida, residual doméstica, industrial, aguas lluvia y ventilación. Estas tuberías vienen con extremo liso y los accesorios con campana, para ser unidos con cemento solvente. La línea completa comprende tuberías sanitarias y aguas lluvia, tubería de ventilación y sanitaria Novatec con sus respectivos accesorios. Válvula antirretorno y grandes diámetros.

**Figura 16.** Tubería PVC Sanitaria y ventilación





**Fuente:** Elaborado a partir de Pavco S.A. [en línea] Caloto, 2009. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.pavco.com.co>

La oferta de soluciones Pavco para canalización de redes telefónicas y eléctricas, cuenta con tuberías y accesorios Conduit Pavco; livianas, de fácil alambrado e instalación, aislantes eléctricas, resistentes al impacto y a la corrosión.

**Figura 17.** Tubo sistemas para canalización de redes telefónicas y eléctricas



**Fuente:** Elaborado a partir de Pavco S.A. [en línea] Caloto, 2009. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.pavco.com.co>

Pavco ofrece una línea completa en tuberías y accesorios de 1/2", 3/4", 1", 1 1/4", 1 1/2" y 2", este producto cuenta con una resistencia máxima al impacto de 30 lb/pie, también es resistente a altas presiones de agua y a altas temperaturas.

**Figura 18.** Sistema Completo para la Conducción de Agua Caliente



**Fuente:** Elaborado a partir de Pavco S.A. [en línea] Caloto, 2009. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.pavco.com.co>

Las tuberías y accesorios de CPVC (Cloruro de Vinilo Post-Clorado) para incendio de Pavco, están diseñadas específicamente para los sistemas de rociadores automáticos contra incendios y se basan en más de 50 años de experiencia.

**Figura 19.** Sistema de redes contra incendios para rociadores



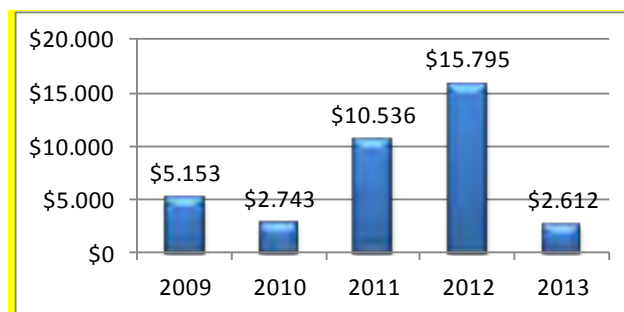
**Fuente:** Elaborado a partir de Pavco S.A. [en línea] Caloto, 2009. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.pavco.com.co>

### 7.3.6. Desempeño económico.

**7.3.6.1. Utilidad Neta.** El comportamiento de la utilidad neta de la compañía ha sido variable durante los últimos cinco años. Para el año 2010 tuvo una caída del 47% frente al año anterior, la cual fue causada principalmente por la disminución del 82% de los ingresos por ventas. Posteriormente hubo una contundente recuperación con un incremento del 284% en el año 2011, consecuencia del incremento del 586% del valor de las ventas. Para el año 2012 la utilidad neta presentó un crecimiento del 50% frente al año anterior.

El año 2013 presentó un descenso en los resultados del ejercicio en un 84% poniendo de manifiesto la necesidad de emprender estrategias para el uso eficiente de los recursos de la compañía tal como se muestra en la siguiente gráfica.

**Gráfica 7.** Utilidad Neta Pavco S.A. (Millones de COP)

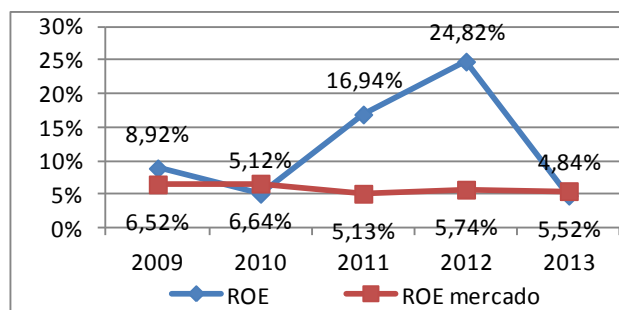


**Fuente:** Elaborado a partir de Pavco S.A. Estados Financieros [en línea] Caloto, 2009. [Consultado 18 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.pavco.com.co>

**7.3.6.2. Rentabilidad sobre Patrimonio (ROE).** El beneficio obtenido por el uso de los recursos propios ha tenido tres fases en los cinco años de análisis. En el año 2010 la rentabilidad frente al patrimonio tuvo una caída frente al año anterior que la ubicó incluso por debajo de las cifras del sector. La estrategia de ventas agresiva de los dos años subsiguientes, 2011 y 2012, reflejaron una mayor eficiencia del uso de los recursos mostrando un desempeño del 16.94% y 24.82% respectivamente, muy por encima del comportamiento del resto de industrias del gremio.

Para el año 2013, el incremento en los costos de venta y el elevado valor de Otros gastos operacionales causaron que la compañía redujera ostensiblemente sus beneficios como se muestra en la siguiente gráfica.

**Gráfica 8.** ROE Pavco S.A.

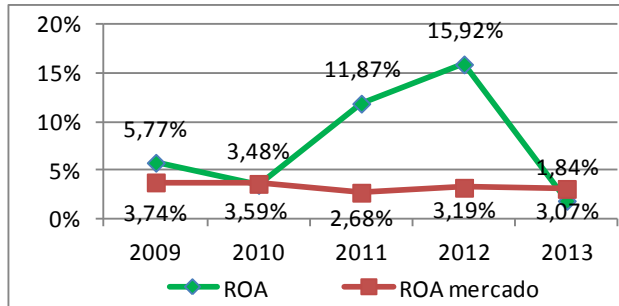


**Fuente:** Elaborado a partir de Pavco S.A. Estados Financieros [en línea] Caloto, 2009. [Consultado 18 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.pavco.com.co>

**7.3.6.3. Rentabilidad sobre Activos (ROA).** El comportamiento del ROA de esta industria no dista mucho del presentado con el ROE, pues ambos se vieron radicalmente afectados por la variabilidad en las utilidades.

El valor de los activos estuvo estable entre 2009 y 2012, años en los cuales la variación frente a los años anteriores no supero el 12%, sin embargo para el año 2013 los activos se alzaron en 43% frente a los registrados en libros en el año inmediatamente anterior. Esta última situación justifica también la impresionante caída del indicador al final de los cinco años de análisis, lo cual ubicó la compañía incluso por debajo de las cifras de mercado.

**Gráfica 9.** ROA Pavco S.A.



**Fuente:** Elaborado a partir de Pavco S.A. Estados Financieros [en línea] Caloto, 2009. [Consultado 18 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.pavco.com.co>

#### **7.4. PLÁSTICOS TEAM S.A.S.<sup>29</sup>**

Plásticos Team es una empresa Colombiana que nació en Caloto (Cauca) en 1996 y que en 1999 empezó a hacer parte de las compañías Team. Hoy producen diferentes industrias preformas PET, asas, envases y tapas de polietileno y polipropileno para autoabastecer insumos a Team, así como para venderlos al mercado nacional.

La compañía desarrolla productos elaborados en las técnicas de inyección, inyector-soplado e inyección convencional utilizando una maquinaria de alta tecnología que, sumada a su talento humano y el alto compromiso con la calidad, inocuidad y con el medio ambiente, generan productos que garantizan la satisfacción de nuestros clientes.

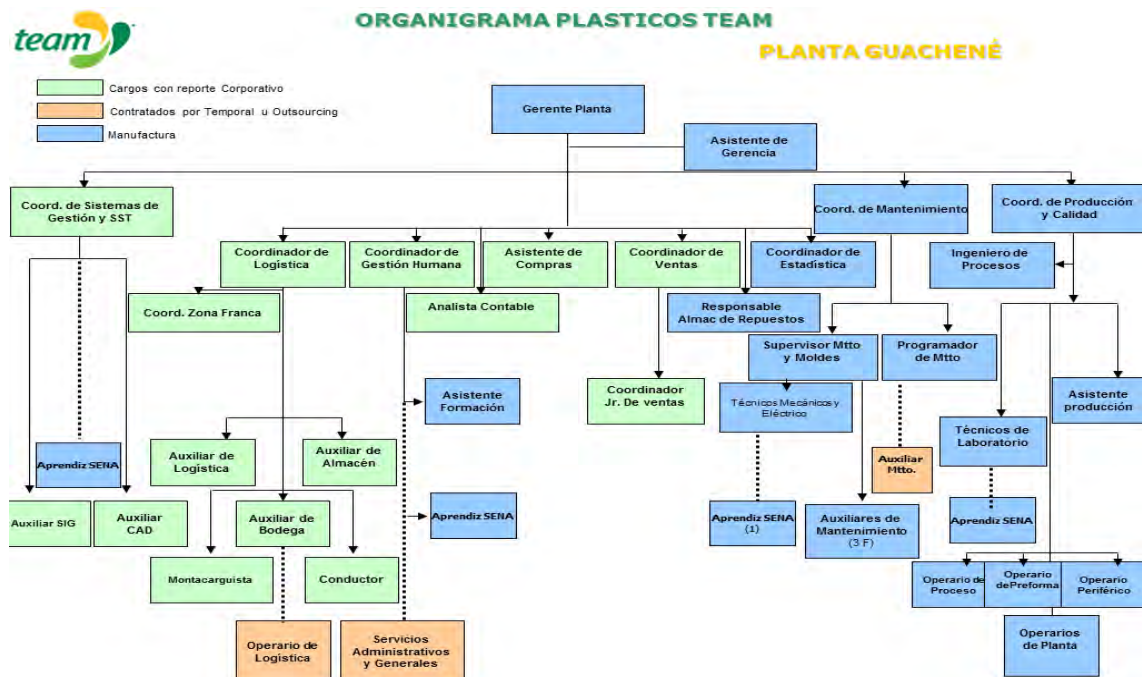
**7.4.1. Misión.** Queremos convertir el mundo de las grasas en un mundo alegre, saludable y atractivo para alimentar un mejor mañana.

**7.4.2. Visión.** Ser la compañía preferida por clientes, consumidores, colaboradores y accionistas por ser el aliado más innovador, confiable y especializado en ingredientes lípidos.

<sup>29</sup> Página web Team S.A.S. Colombia: Team S.A.S. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.team.co/web>

**7.4.3. Estructura organizacional.** El organigrama de cargos de Plásticos Team ubicada en Guachené (Cauca) es encabezado por el Gerente de Planta, a quien le reportan tres coordinadores en planta y un asistente. Los siguientes niveles en de la jerarquía son desempeñados por otros coordinadores, asistentes, analistas, operarios y auxiliares, tanto del área de manufactura como administrativa. La siguiente figura muestra los detalles del organigrama.

**Figura 20.** Organigrama Plásticos Team S.A.S.



**Fuente:** Elaborado a partir de Plásticos Team S.A.S. [en línea] Caloto, 2009. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.team.co/web>

**7.4.4. Responsabilidad Social.** Esta compañía está en el proceso de la creación del Departamento de Responsabilidad Social ya que tienen una clara intención de hacer mayores inversiones en la comunidad.

A pesar de no existir este departamento, ya vienen realizando algunos aportes a la comunidad, tales como donaciones en alimentos y cuota fija a la administración de la Zona Franca, quienes se encargan en hacer que dichos dineros sean aportados a la comunidad en ayudas de diferentes maneras. Adicionalmente están implementando la contratación a personal con habilidades diferenciales de tipo auditivo, de las cuales ya cuentan con tres personas.

**7.4.5. Portafolio de productos.** Plásticos Team S.A.S. fabrica preformas, tapas, asas y vasos de pared delgada, pigmentadas en diversos colores. Así mismo, brindan asesoría en el diseño de envases. Su planta de plásticos cuenta con un Sistema de Gestión de Calidad que se rige bajo la norma NTC-ISO 9001-2008.

Las líneas de producto son las siguientes:

- Preformas en PET (polietilentereftalato): Preformas en resina PET con terminado PCO 28 mm. Con pesos de 15, 18, 20, 23, 26.9, 30.2, 34 g. Preformas en resina PET con terminado PCO 38 mm con pesos de 50, 68, 78 grs.
- Tapas plásticas en polipropileno y polietileno con terminado PCO 28 y 38 mm con liner EVA y tapa 60 mm con liner de poliestireno.
- Empaques de pared delgada con tecnología de etiquetado en molde IML (in mold labeling).

**Figura 21.** Esquema de líneas de producto Plásticos Team S.A.S.

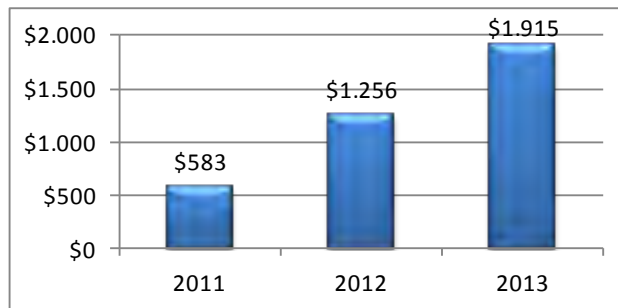


**Fuente:** Elaborado a partir de Plásticos Team S.A.S. [en línea] Caloto, 2009. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.team.co/web>

#### 7.4.6. Desempeño económico

**7.4.6.1. Utilidad Neta.** La información disponible para el periodo 2011-2013 muestra un comportamiento muy favorable en términos de rentabilidad final. El año 2012 presentó un incremento del 115% en la utilidad neta frente al 2011, mientras que el año 2013 manifestó un crecimiento del 52% frente al año inmediatamente anterior para dicho indicador. Estas situaciones vienen dadas principalmente por el incremento del 20% en el ingreso por ventas para 2012 y 2013 y una estrategia racional de control de gastos operativos y administrativos.

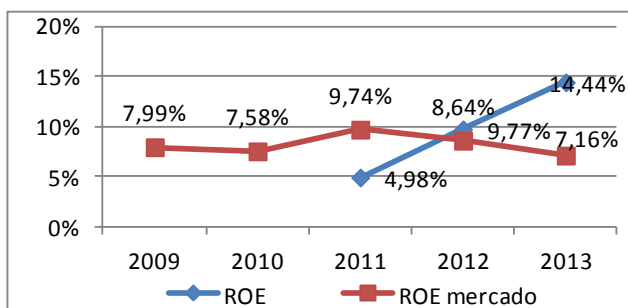
**Gráfica 10.** Utilidad Neta Plásticos Team S.A.S. (Millones de COP)



**Fuente:** Elaborado a partir de Plásticos Team S.A.S. Estados Financieros [en línea] Caloto, 2009. [Consultado 18 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.team.co/web>

**7.4.6.2. Rentabilidad sobre Patrimonio (ROE).** Durante los tres años de los cuales se tiene información, la empresa muestra una tendencia creciente en lo que a eficiencia en el manejo de recursos propios se refiere. Si bien en el año 2012, el desempeño del ROE se encuentra por debajo del presentado por las demás empresas del sector, en el año 2012 logra ponerse a la par y perfilarse en el 2013 con unos resultados doblemente mejor que las compañías similares. La siguiente gráfica muestra los detalles de dicho comportamiento.

**Gráfica 11.** ROE Plásticos Team S.A.S.

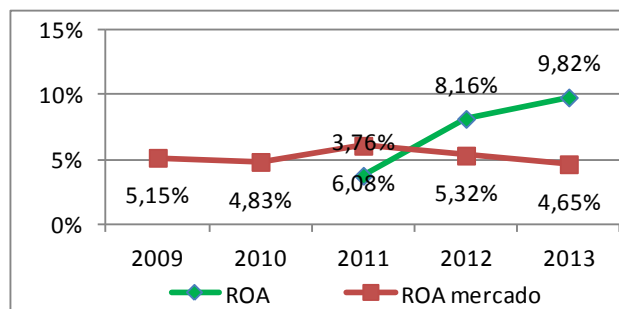


**Fuente:** Elaborado a partir de Plásticos Team S.A.S. Estados Financieros [en línea] Caloto, 2009. [Consultado 18 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.team.co/web>



**7.4.6.3. Rentabilidad sobre Activos (ROA).** El ROA tiene unos resultados muestra un comportamiento similar al ROE por su tendencia positiva, sin embargo, el crecimiento del año 2012 frente al 2011 es más contundente, pues crece un 117% frente al presentado en el 2013, cuando se obtuvo un mejoramiento de apenas el 20% en los resultados del indicador. Esta situación del año 2013 obedece al incremento del 27% en el valor de los activos en el año 2013 a causa de los Deudores comerciales, cuenta que en 2012 ascendía a la suma de \$1.463 millones de pesos, para 2013 ésta ascendería a \$6.229 millones de pesos.

**Gráfica 12.** ROA Plásticos Team S.A.S.



**Fuente:** Elaborado a partir de Plásticos Team S.A.S. Estados Financieros [en línea] Caloto, 2009. [Consultado 18 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.team.co/web>

## 7.5. COLINAGRO S.A.<sup>30</sup>

Colinagro es una compañía colombiana con 65 años de experiencia en el mercado, líder y pionera en la producción y comercialización de fertilizantes de especialidad. En su plan de expansión ha incursionado en Ecuador, Venezuela y el Caribe. En Diciembre de 2008, absorbió a la empresa @gro S.A. fundada en 1983 bajo el nombre de Stoller Enterprises de Colombia Ltda, por efectos de una fusión.

Esta industria trabaja con una estrategia de innovación y por medio de su sistema de gestión de calidad y su cultura de mejoramiento continuo, asegura la efectividad de sus procesos logrando un amplio cubrimiento geográfico y calidad en sus productos y servicios.

Cuenta con un equipo de Ingenieros Agrónomos idóneos en permanente formación, quienes realizan acompañamiento estratégico en todo el proceso comercial.

<sup>30</sup> Página web Colinagro S.A. Colombia: Colinagro S.A. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.colinagro.com>



Adicionalmente a través de su unidad estratégica de negocios AGROSOIL LAB, presta servicios de diagnóstico agrícola de alta confiabilidad y reconocimiento.

Fue la primera empresa en Colombia que abordó el concepto de nutrición vegetal integral al proponer a los agricultores el uso de los llamados micronutrientes en la fertilización, por vía foliar y en forma de quelatos orgánicos.

Han estado al lado de los agricultores Colombianos satisfaciendo sus necesidades tanto en los cultivos tradicionales como tecnificados, y ofrece productos para cada cultivo de acuerdo con las deficiencias de los suelos y requerimientos nutricionales.

En la actualidad atendemos mercados en Colombia, Venezuela, Perú, Ecuador, Bolivia, Centroamérica y el Caribe.

**7.5.1. Misión.** Nuestra misión es ser una compañía innovadora y rentable, dedicada a mejorar la competitividad del sector agropecuario con soluciones integrales. Enfocada en ofertas de alto valor agregado en nutrición completa y balanceada.

**7.5.2. Responsabilidad Social.** Esta compañía trabaja en beneficio del agro en Colombia, dentro de sus principales objetivos están sus funcionarios y la comunidad. Por eso ponen en práctica políticas dirigidas a la no discriminación, salud ocupacional, medio ambiente, etc.

Cuentan con un plan de bienestar anual enfocado a género, familia, equipos de trabajo e infancia con el cual, buscan no solo generar procesos de retención del talento, sino también fortalecer la unidad familiar a través de espacios que consoliden y brinden creatividad, valores y unión. Con este plan también se pretende dar un lugar especial a cada colaborador dentro de la organización, celebrando su existencia y aporte como hombres y mujeres de bien en el seno de una empresa, comunidad y país.

Cada año la compañía participa en eventos de las comunidades aledañas, aportando la alegría por permitirle ser parte de ellos, estar en su espacio y en agradecimiento por contribuir con su trabajo y tesón.

Uno de los principales frentes de trabajo es la infancia, el futuro. Los niños de las comunidades cercanas a Colinagro cuentan con varios espacios en el año, donde son acercados a la marca, la empresa y sus padres con oportunidades para

compartir como familia o dejar volar su imaginación con los productos, imagen corporativa y planta. Se celebran las fiestas de los niños, haciendo presencia en sus hogares con detalles o invitándolos a participar de diversas actividades.

**7.5.3. Portafolio de productos.** Colinagro ofrece productos como fertilizantes edáficos, reguladores fisiológicos, bioestimulantes y coadyuvantes. A continuación se hace una breve descripción de los mismos.

La compañía es pionera en el desarrollo de fertilizantes con base en elementos esenciales y elementos secundarios para aplicación por vía edáfica. Brinda un paquete de soluciones con productos basados en mezclas químicas, que aseguran máxima eficiencia agronómica. Esta línea permite cubrir los requerimientos nutricionales de forma especializada en el segmento de micronutrientes y nutrientes secundarios, así como en el segmento de macronutrientes.

**Figura 22.** Fertilizantes edáficos



**Fuente:** Elaborado a partir de Colinagro S.A. [en línea] Caloto, 2008. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.colinagro.com>

La regulación hormonal abre inmensas posibilidades en el manejo agronómico de cultivos. A través de compuestos que imitan o antagonizan la acción de las hormonas en las plantas se puede obtener efectos que de otra forma sería imposible conseguir. Colinagro presenta su línea de reguladores fisiológicos diseñada para inducir procesos como la formación de raíces, la elongación de tejidos y la prevención de abortos de estructuras reproductivas, entre otros.

**Figura 23.** Reguladores Fisiológicos



**Fuente:** Elaborado a partir de Colinagro S.A. [en línea] Caloto, 2008. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.colinagro.com>

Los Bio-estimulantes son soluciones innovadoras que combinan diversos efectos en un solo producto; además de proporcionar nutrientes de alta eficiencia, reducen los efectos de diversos tipos de estrés, compensan y equilibran el status fisiológico del cultivo y contienen principios activos de crecimiento, que mejoran todo el desarrollo del cultivo. Basados en principios activos biológicos como extractos de algas y proteínas Colinagro ofrece alternativas que permiten incrementar la productividad de sus cosechas.

**Figura 24.** Bio-estimulantes



**Fuente:** Elaborado a partir de Colinagro S.A. [en línea] Caloto, 2008. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.colinagro.com>

Los coadyuvantes son la mejor estrategia para garantizar que un producto fitosanitario o fertilizante pueda cumplir su objetivo biológico, venciendo todos los obstáculos que una aplicación conlleva. Desde los problemas relacionados con el agua para las mezclas, pasando por las dificultades ambientales, hasta los problemas relacionados con la permanencia y penetración al interior de la planta.

Los coadyuvantes son productos fundamentales en cualquier aplicación. Colinagro consolida un paquete de coadyuvantes especializado con ingredientes activos de diversa naturaleza, que se adecuan a las necesidades específicas de su aplicación con un alto componente de seguridad ambiental.

**Figura 25.** Coadyuvantes



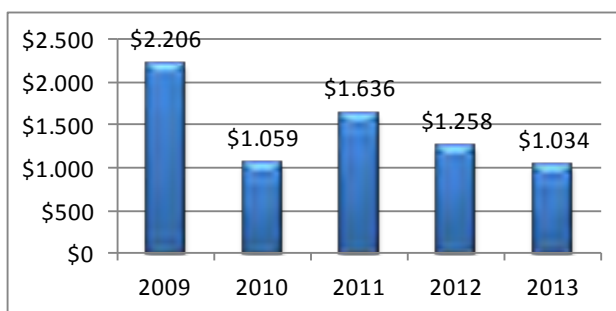
**Fuente:** Elaborado a partir de Colinagro S.A. [en línea] Caloto, 2008. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.colinagro.com>

#### **7.5.4. Desempeño económico.**

**7.5.4.1. Utilidad Neta.** Los beneficios netos de la empresa muestran una clara tendencia desfavorable y progresiva que es causada por disminución en el nivel de ventas, incrementos en los gastos administrativos, gastos de ventas y la presencia de gastos financieros y no operacionales principalmente en el año 2013.

En la siguiente gráfica se muestra la reducción de las utilidades para los cinco años revisados en este estudio.

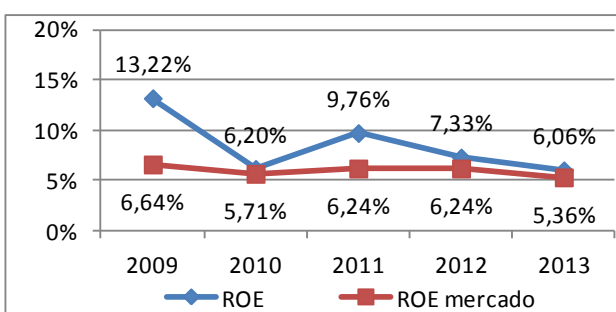
**Gráfica 13.** Utilidad Neta Colinagro S.A. (Millones de COP)



**Fuente:** Elaborado a partir de Colinagro S.A. Estados Financieros [en línea] Caloto, 2009. [Consultado 18 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.colinagro.com>

**7.5.4.2. Rentabilidad sobre Patrimonio (ROE).** La relación entre utilidades y patrimonio muestra una tendencia decreciente con una ligera excepción en el año 2011, en el cual se hizo un manejo más eficiente de los recursos de la compañía. En todos cinco años revisados, los resultados del ROE de la empresa muestra un mejor desempeño que el presentado por el sector, sin embargo, se genera un alerta por lo que puede suceder en años posteriores dado el deterioro progresivo del indicador.

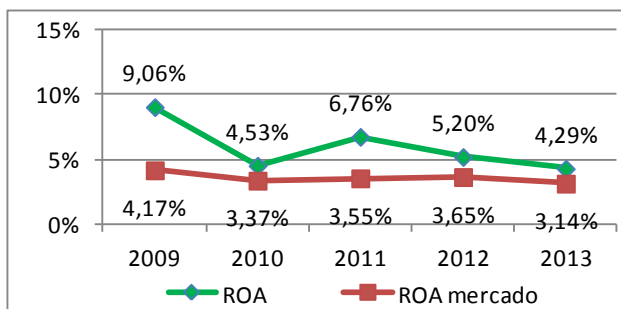
**Gráfica 14.** ROE Colinagro S.A.



**Fuente:** Elaborado a partir de Colinagro S.A. Estados Financieros [en línea] Caloto, 2009. [Consultado 18 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.colinagro.com>

**7.5.4.3. Rentabilidad sobre Activos (ROA).** El desempeño del ROA es muy similar al del ROE. Existe una clara tendencia decreciente con excepción en el año 2011. El valor de los activos permaneció estable durante los cinco años de análisis pues no hubo variaciones superiores al 4% entre sí, por esta razón cabe afirmar que la mayor incidencia en el desempeño del indicador la tuvo el valor decreciente de las utilidades. En la siguiente gráfica se puede apreciar los detalles del comportamiento del indicador y su comparación con el mercado.

**Gráfica 15.** ROA Colinagro S.A.



**Fuente:** Elaborado a partir de Colinagro S.A. Estados Financieros [en línea] Caloto, 2009. [Consultado 18 de Febrero, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.colinagro.com>

## 8. PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) DE LAS EMPRESAS EN ESTUDIO

La información organizacional básica del grupo de empresas participantes Imbera S.A., Forsa S.A., Pavco de Occidente S.A., Plásticos Team S.A.S. y Colinagro S.A., se obtuvo a través de folletos, revistas y catálogos suministrados por representantes de las mismas, además se consultó sus respectivas páginas web. La información concerniente a Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se logró recoger mediante la aplicación de una encuesta que fue respondida por un representante de cada organización.

### 8.1. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Con el objetivo de recopilar datos y realizar un diagnóstico de los programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de las empresas en estudio, se desarrolló un instrumento de recolección de información que enfoca cada una de sus preguntas a elementos clave de este tipo de programas.

El instrumento está compuesto por dos (2) secciones, la primera corresponde a datos básicos de la organización, la segunda, despliega diecinueve (17) preguntas de selección múltiple y dos (2) preguntas abiertas, todas enfocadas en el propósito de este trabajo.

En el siguiente cuadro se muestra el detalle de las preguntas realizadas y las opciones de respuesta para cada una de ellas.

**Cuadro 3.** Preguntas realizadas a las empresas en estudio

ID	PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA
1	¿La empresa realiza anualmente el Balance Social?	SI / NO / No responde
2	¿La empresa realiza anualmente el Informe de Sostenibilidad?	SI / NO / No responde
3	¿La empresa cuenta con políticas de responsabilidad social?	SI / NO / No responde
4	¿La empresa elabora y publica anualmente un informe de responsabilidad social?	SI / NO / No responde
5	¿Los clientes tienen la percepción que la empresa se interesa por los problemas de la comunidad?	SI / NO / No responde
6	¿Por qué se empieza a trabajar el tema de RS en la organización?	Iniciativa de la gerencia / Decisión del Departamento de Recursos Humanos / Petición de la sociedad / Tácticas de mercadeo / Obtención de beneficios

**Cuadro 4. (Continuación)**

ID	PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA
7	Si la organización ha venido trabajando comprometida con la RS, indique ¿Desde cuándo?	Hace más de 10 años / Entre 5 y 10 años / Entre 1 y 5 años / Menos de 1 año
8	¿Existe en la organización una área específica que administra en forma exclusiva la RS?	SI, Indique el nombre asignado a esta organización / NO, ¿Qué área responde por estas actividades?
9	¿Cuáles normas, convenios y/o acuerdos internacionales se tomaron en cuenta al momento de la implementación de la RS?	Pacto Global / Guía ISO 26000 / Ley Paez / Guía GTC 180 / Ninguno / Otro ¿Cuál?
10	Las acciones de RS generan una imagen positiva de la empresa antes sus diferentes públicos, lo que conlleva a:	Obtener financiación por parte de entidades financieras / Lograr mayor inversión de accionistas / Incrementar las ventas
11	Considera usted que las actividades de RS que realiza una empresa le genera beneficios al fortalecimiento de:	Las relaciones con la comunidad / La imagen de la empresa / En la motivación de empleados / En la lealtad del consumidor / La reducción de costos
12	¿Cuáles acciones (programas, proyectos o actividades) de RS se adelantan en esta organización y a qué tipo de grupo de interés están dirigidas?	Trabajadores y demás colaboradores de la organización / Proveedores / Clientes / Comunidad y demás grupos sociales / Conformar alianzas con el Estado y otras entidades / Otro grupo de interés
13	Las actividades de RS son difundidas a:	Integrantes de la empresa / Personas externas (clientes, proveedores, etc.) / Comunidad aledaña a la empresa / Medios masivos de comunicación / Comunidad en general
14	Los medios más efectivos para la divulgación de las actividades de RS son:	Web de la organización / Carteleras / Boletín o periódico institucional / Reuniones con grupos primarios
15	La organización hace inversiones de RS por medio de:	Fundaciones propias / Fundaciones externas / ONG's / Otro ¿Cuál?
16	Del total de aportes destinados a la RS ¿Qué porcentaje la organización destina a cada una de las siguientes actividades?	Educación para empleados y familiares / Campañas de prevención / Donaciones en educación / Donaciones en salud / Aspectos ambientales / Soluciones en vivienda / Otro ¿Cuál?
17	Del total de utilidades operacionales ¿Cuánto aporta la organización a RS?	Entre 1.000.000 a 10.000.000 / Entre 11.000.000 a 50.000.000 / Entre 51.000.000 a 100.000.000 / Mas de 100.000.000
18	Por los aportes hechos en RS ¿Qué descuentos han obtenido tributariamente en la renta?	
19	Por los aportes hechos en RS ¿Qué descuentos han obtenido en el pago de industria y comercio?	

**Fuente:** Elaboración propia

## 8.2. ANALISIS DE LA INFORMACION

Luego de haber recopilado los datos a través del material disponible, cada visita y encuesta realizada en las empresas que conforman el grupo de participantes del estudio, se procedió a realizar el análisis de los resultados obtenidos. A continuación



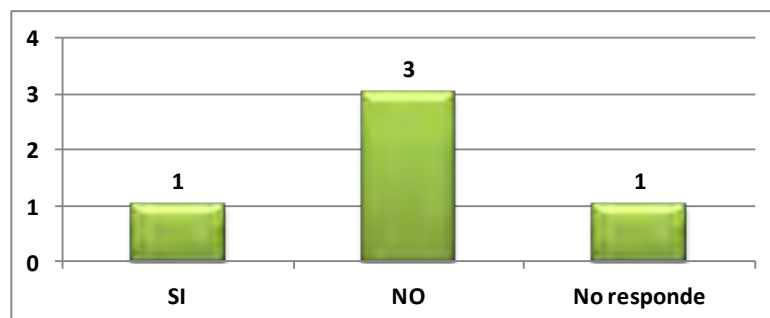
se muestra la información obtenida en cada una de las secciones del instrumento y un breve análisis.

**8.2.1. Balance social.** El balance social es un documento que permite a las empresas evaluar el cumplimiento de las metas de responsabilidad social durante un periodo de tiempo específico. En este documento se consolidan los resultados favorables y desfavorables para la comunidad que se derivan de la intervención de la empresa.

A la pregunta en relación con si la empresa realiza anualmente el balance social, solo el 20% de las empresas estudiadas respondió afirmativamente, otro 60% respondieron no hacerlo y el 20% de ellas no respondió. Esto muestra que no existe una cultura de evaluar los avances en el cumplimiento de metas con impacto social.

En la siguiente gráfica se muestran los resultados obtenidos.

**Gráfica 16.** Realización del Balance social anual



**Fuente:** Elaboración propia

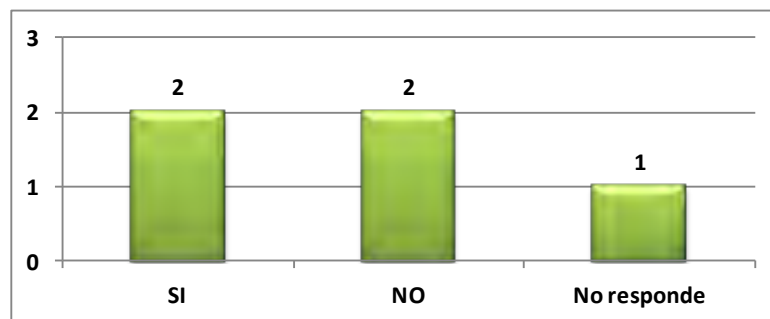
**8.2.2. Informe de sostenibilidad.** De acuerdo con la GRI (Global Reporting Initiative), un informe de sostenibilidad comprende “la medición, divulgación y rendición de cuentas frente a grupos de interés internos y externos en relación con el desempeño de la organización con respecto al objetivo del desarrollo sostenible”.<sup>31</sup>

<sup>31</sup> Página web Global Reporting: Global Reporting. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.globalreporting.org>

Los informes de sostenibilidad deben proporcionar una imagen equilibrada y razonable del desempeño en materia de sostenibilidad por parte de la organización informante, e incluir tanto contribuciones positivas como negativas.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, solamente el 40% de las compañías participantes, realizan el consolidado de la gestión de indicadores de sostenibilidad para hacer divulgación y rendición de cuentas. Otro 40% de ellas no lo hace. Esta situación sumada a la falta de elaboración de Balance social, evidencia una falta de seguimiento a factores importantes para asegurar la sostenibilidad y la relación con el entorno por parte de dichas organizaciones.

**Gráfica 17.** Realización de Informe de sostenibilidad



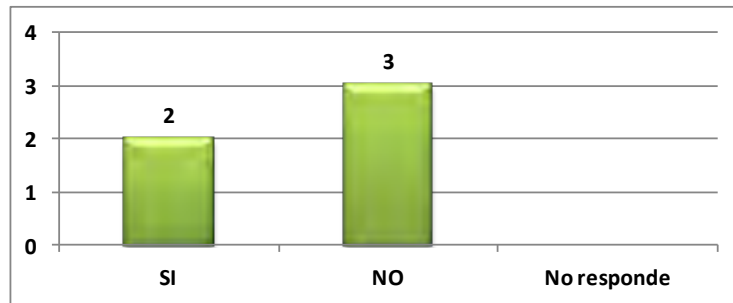
**Fuente:** Elaboración propia

**8.2.3. Políticas de Responsabilidad Social.** Las políticas relacionadas con Responsabilidad Social son las que enmarcan el compromiso de la gerencia o alta dirección frente a la implementación de una gestión socialmente responsable, además son las directrices que permiten trazar la hoja de ruta del programa de Responsabilidad Social y las prácticas que en este sentido se desarrollen.

Estas políticas deben existir en un documento formal que establezca públicamente el compromiso de la compañía con todas las dimensiones de Responsabilidad Social, además debe estar alineada con la razón de ser de la organización, su misión, visión y objetivos estratégicos.

Como se muestra en la siguiente gráfica, el 60% de las compañías estudiadas no tienen una política formal de responsabilidad social, lo cual impide que se trabaje con lineamientos claros que permitan avanzar a una gestión social y sostenible.

**Gráfica 18.** Política de Responsabilidad Social

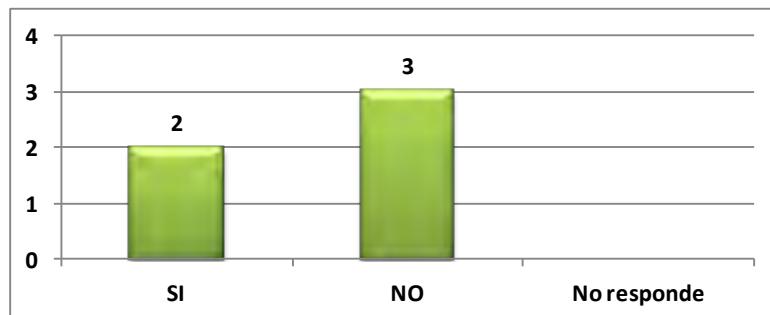


**Fuente:** Elaboración propia

**8.2.4. Informe de Responsabilidad Social.** El informe periódico de Responsabilidad Social es un informe en el que se describen todas las actividades, procesos y decisiones que se toman en materia de responsabilidad social atendiendo a compromisos sociales, laborales, medioambientales y de derechos humanos. Una de las organizaciones participantes de este estudio realiza el informe siguiendo las directrices internacionales de Global Reporting Initiative (GRI).

Al igual que con la Política de Responsabilidad Social, solo el 40% de las empresas realizan el informe de actividades anual tal como se muestra en la siguiente gráfica.

**Gráfica 19.** Informe de Responsabilidad Social



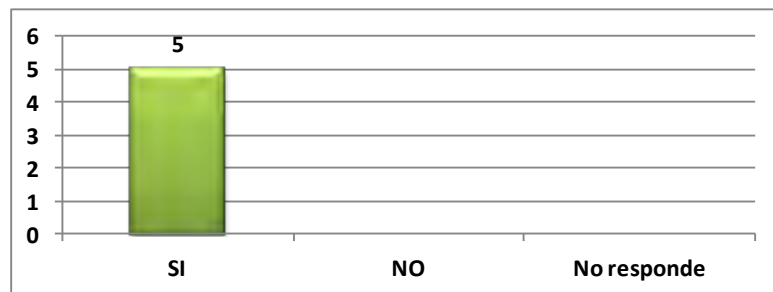
**Fuente:** Elaboración propia

**8.2.5. Percepción de los clientes acerca frente a la RSE.** Es indudable que uno de las motivaciones que tienen las organizaciones para desarrollar programas de Responsabilidad Social, es la percepción positiva que pueden tener sus clientes al ver que éstas se interesan por hacer actividades con impacto social y de apoyo a la

comunidad. Dicha situación genera mayor confianza de los clientes hacia el empresario lo cual puede desencadenar un incremento en las ventas.

La totalidad de las empresas estudiadas consideran que los clientes perciben que éstas se interesan por los problemas de la comunidad tal como se puede observar en la siguiente gráfica.

**Gráfica 20.** Percepción positiva de los clientes frente a RSE

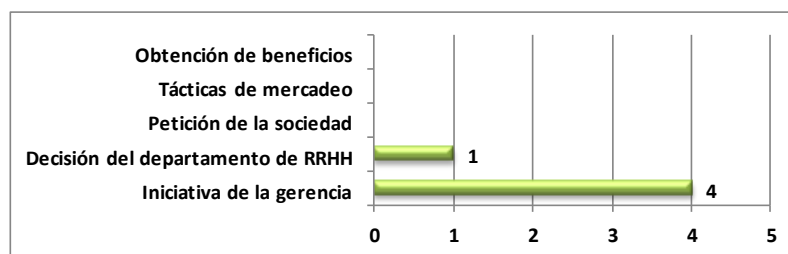


**Fuente:** Elaboración propia

**8.2.6. Razones para trabajar el tema de RS en la empresa.** Las empresas trabajan en temas de Responsabilidad Social debido, principalmente, a iniciativa de la gerencia como lo manifiestan el 80% de ellas, solo el 20% manifestó que la motivación surgió por decisión del Departamento de Recursos Humanos, lo cual también es habitual ya que dicha dependencia evalúa las oportunidades de desarrollo de la organización no solo en relación con su capital humano sino con el entorno.

La siguiente gráfica, además de evidenciar lo anterior, muestra que la iniciativa no se dio por la obtención de beneficios, tácticas de mercadeo o peticiones de la sociedad.

**Gráfica 21.** Razones para trabajar en Responsabilidad Social

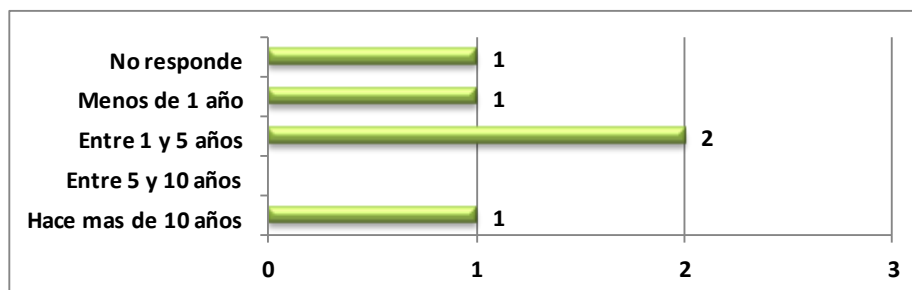


Fuente: Elaboración propia

**8.2.7. Tiempo de trabajo en Responsabilidad Social.** El tiempo de experiencia que tienen las empresas en la ejecución de programas de Responsabilidad Social no es muy largo, solo el 20% de las empresas dijo tener una trayectoria superior a 10 años administrando dichos programas, el 40% tiene experiencia entre 1 y 5 años, mientras que el 20% tiene una experiencia inferior a 1 año como se muestra en la siguiente gráfica. Una empresa no respondió a la pregunta sobre el tema.

Dada la corta trayectoria de la mayoría de las empresas, hay una gran oportunidad de desarrollo en el campo de la Responsabilidad Social y mucho que aprender en términos de sostenibilidad, estándares internacionales, elaboración de informes de gestión y legislación tributaria.

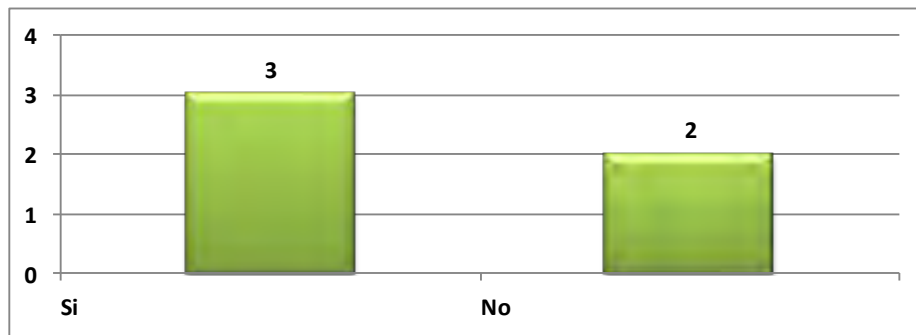
**Gráfica 22.** Tiempo de trabajo en Responsabilidad Social



Fuente: Elaboración propia

**8.2.8. Área que administra la Responsabilidad Social.** El 60% de las empresas del grupo en estudio manifestaron tener un área específica encargada de la administración del programa de Responsabilidad Social. De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, el área de Recursos Humanos y las Gerencias de Responsabilidad Social son las que usualmente manejan estos temas.

**Gráfica 23.** Existencia de área que maneja la Responsabilidad Social



**Fuente:** Elaboración propia

**8.2.9. Normas, convenios y/o acuerdos internacionales.** La mayoría de las empresas estudiadas, es decir, el 80% de ellas sostuvieron tener ceñirse a algún tipo de norma, convenio o acuerdo internacional, lo cual demuestra que toman un referente o estándar para enfocar el desarrollo de sus programas de Responsabilidad Social. Dos de las empresas usan la normatividad internacional GRI (Global Reporting Initiative por sus siglas en inglés) como un estándar de referencia sobre sostenibilidad.

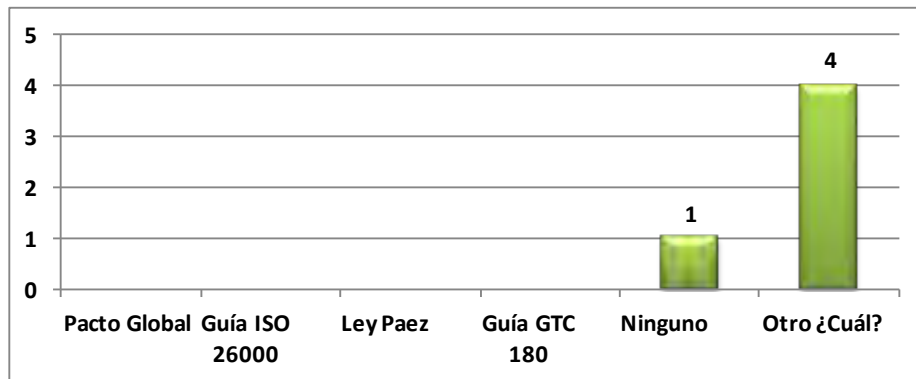
La misión del GRI es establecer una práctica estándar de informes de sostenibilidad para todas las empresas y organizaciones. Su marco es un sistema de información que proporciona métricas y métodos para medir e informar sobre los impactos y resultados relacionados con la sostenibilidad. GRI también goza de alianzas estratégicas con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo, la Organización Internacional de Normalización, y otros.

El estándar GRI permite una mayor transparencia y la rendición de cuentas de la organización. Esto puede aumentar la confianza de las partes interesadas en las organizaciones, y dar lugar a muchos otros beneficios. Miles de organizaciones, de todos los tamaños y sectores usan el estándar GRI para entender y comunicar su desempeño en sostenibilidad.

El 20% de las empresas se ajusta al estándar One Planet Living, el cual es un concepto que se basa en trabajos sostenibilidad realizados en los últimos decenios. Este estándar creció bajo la idea de que para lograr la sostenibilidad, necesitamos hacer el mundo más fácil, atractivo y asequible para la gente, no basta con construir edificios verdes, sino crear una infraestructura más amplia y productos y servicios con una historia sencilla y clara que la gente pueda entender.

Finalmente otra de las empresas sigue el régimen o parámetros establecidos por Zona Franca para la el desarrollo de actividades de Responsabilidad Social Empresarial tal como se puede ver en la siguiente gráfica.

**Gráfica 24.** Normas, convenios y/o acuerdos internacionales

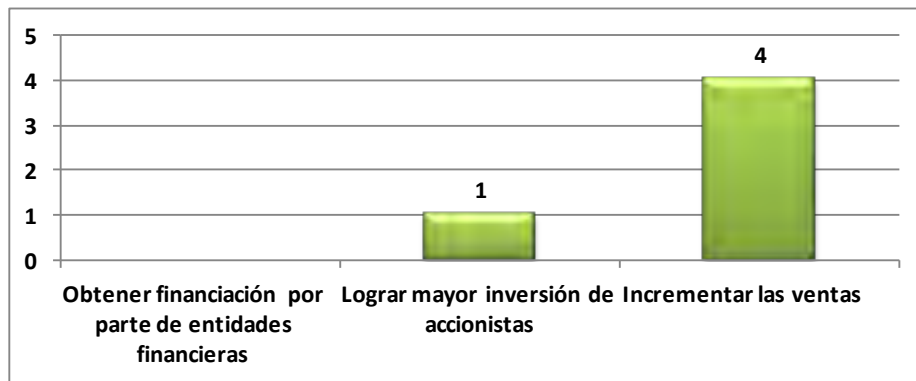


**Fuente:** Elaboración propia

**8.2.10. Efectos de las acciones en Responsabilidad Social.** De acuerdo con los resultados de la encuesta, la mayoría de las empresas tienen claro que el efecto de sus inversiones en Responsabilidad Social se ve reflejado en el aumento de sus niveles de ventas de sus productos o servicios. Solo el 20% de ellas manifestó entre los efectos una mayor inversión de accionistas tal como se muestra en la siguiente gráfica.

La inversión de las empresas en actividades de Responsabilidad Social tiene un beneficio importante para el Estado de Resultados, pues al percibir mayores ingresos por ventas, el impacto en la utilidad neta puede ser muy favorable, en especial si las empresas tienen una política de costos racional y estable.

**Gráfica 25.** Efectos de las acciones en Responsabilidad Social



Fuente: Elaboración propia

**8.2.11. Beneficios de la Responsabilidad Social.** Todas las empresas estudiadas perciben que sus actividades de Responsabilidad Social benefician su relación con la comunidad. El 20% de ellas manifestó percibir todos los beneficios planteados en la encuesta, otro 20% considera que dichas actividades benefician sus relaciones con la comunidad, la motivación de los empleados y la lealtad del consumidor.

Entre tanto, hay otro 20% que considera mejorar las relaciones con la comunidad y la imagen de su empresa. Solo de una de ellas considera que el único beneficio que recibe es el mejoramiento de sus relaciones con la comunidad.

En el siguiente cuadro se presentan los resultados comparativos de las distintas empresas.

**Cuadro 5.** Beneficios de la Responsabilidad Social

	A	B	C	C	D
Las relaciones con la comunidad	X	X	X	X	X
La imagen de la empresa			X	X	
En la motivación de empleados	X		X		
En la lealtad del consumidor	X		X		
La reducción de costos			X		

Fuente: Elaboración propia

**8.2.12. Grupos de interés.** Los grupos de interés, partes interesadas o stakeholders, son aquellos grupos sociales o individuos afectados de una y otra



forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto, por la marcha de ésta, que influyen a su vez en la consecución de los objetivos marcados y su supervivencia.<sup>32</sup>

El 20% de las empresas afirma interesarse por todos los grupos propuestos en la encuesta, mientras que otro 20% se enfoca en trabajar en tres grupos. Hay otro 20% de las empresas que se interesan por trabajar enfocado en dos grupos y solo un 20% afirma trabajar enfocada en sus trabajadores.

Vale la pena rescatar el interés común que tienen las organizaciones estudiadas en enfocar sus actividades de Responsabilidad Social a sus trabajadores, cuatro de ellas afirman hacerlo como se muestra en el siguiente cuadro.

**Cuadro 6.** Grupos de interés de los programas de Responsabilidad Social

	A	B	C	D	E
Trabajadores	X		X	X	X
Proveedores	X		X		
Clientes			X		
Comunidad y demás grupos sociales	X	X	X		
Conformar alianzas con el estado y otras entidades			X	X	
Otro grupo de interés					

**Fuente:** Elaboración propia

**8.2.13. Difusión.** El conocimiento y el grado de implantación de la responsabilidad social corporativa en las empresas van a depender directamente de la divulgación y reconocimiento público otorgados a las mejores prácticas. La divulgación realizada para informar de la aplicación y los resultados de las estrategias de responsabilidad social de la empresa, debe estar diseñada de forma tal que cubra las expectativas informativas de todos los grupos de interés. En ésta característica se deberán fijar los agentes externos que tengan que juzgar la calidad, objetividad y amplitud de la información suministrada por las organizaciones.<sup>33</sup>

<sup>32</sup> ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa. España, 2004, p. 29.

<sup>33</sup> ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. Op. cit. p. 65.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, solo el 20% de las organizaciones manifiesta divulgar la información de Responsabilidad Social a todos los grupos de interés planteados. Las demás empresas solo divulgan a uno de los grupos. En el siguiente cuadro se muestran los datos comparativos.

**Cuadro 7.** Grupos a los cuales se difunde la información

	A	B	C	D	E
Integrantes de la empresa	X		X	X	X
Personas externas (clientes, proveedores, etc.)			X		
Comunidad aledaña a la empresa		X	X		
Medios masivos de comunicación			X		
Comunidad en general			X		

**Fuente:** Elaboración propia

**8.2.14. Medios para divulgación.** La institucionalización de canales de comunicación efectivos, dedicados a transmitir los mejores comportamientos socialmente responsables, se convierte en un objetivo prioritario en cualquier estrategia de impulso a la responsabilidad social corporativa.

La divulgación al público en general tiene que ser objetiva y diversa, contemplando diversas estrategias para llegar a las personas interesadas y al público en general. Para tal fin, se tienen que producir varios tipos de materiales como memorias, folletos, publicaciones, etc., además de elaborar campañas de mercadeo y comunicados de prensa, organización y participación en foros especializados, páginas de internet y cualquier otra herramienta que pueda ser utilizada para una correcta divulgación del comportamiento socialmente responsable de las empresas.

Las organizaciones participantes del estudio utilizan principalmente la página web de la organización y las reuniones de grupos primarios para hacer la divulgación de los resultados de Responsabilidad Social, tal como se muestra en el siguiente cuadro. Las carteleras y boletines periódicos también son utilizados por las compañías, aunque son canales menos frecuentes.

**Cuadro 8.** Medios para divulgación

A	B	C	D	E
---	---	---	---	---

Web de la organización			X	X	X
Carteleras	X		X		
Boletín o periódico institucional				X	X
Reuniones con grupos primarios	X	X	X		

**Fuente:** Elaboración propia

**8.2.15. Financiación de las inversiones en Responsabilidad Social.** De acuerdo con la información obtenida a partir de la encuesta, la fuente de financiación más común para las actividades de Responsabilidad Social son las fundaciones externas, en segundo lugar se encuentran las fundaciones creadas por las mismas empresas.

**Cuadro 9.** Fuentes de financiación

	A	B	C	D	E
Fundaciones propias			X		X
Fundaciones externas	X	X			X
ONG's			X		
Otro ¿Cuál?	X			X	

**Fuente:** Elaboración propia

Uno de los grandes retos en el desarrollo de programas de Responsabilidad Social es la financiación de las actividades inherentes a los mismos pues los recursos siempre serán limitados. En la medida que las organizaciones realicen una rendición de cuentas y presenten informes de sostenibilidad con resultados favorables, será más viable conseguir financiación a través de distintos donantes.

Existen muchas organizaciones a nivel mundial que proveen apoyo para financiar iniciativas con impacto social, sin embargo, para acceder a los mismos es necesario contar con trayectoria reconocida, demostrar cumplimiento de metas en proyectos realizados y contar con respaldo institucional.

**8.2.16. Destino de la inversión.** Las empresas encuestadas utilizan los recursos para diversos fines y la distribución de los mismos no tiene una tendencia definida como se muestra en el siguiente cuadro. Adicionalmente se puede notar que una empresa no respondió y otra indico los destinos de la inversión pero no informó las proporciones.

**Cuadro 10.** Destino de la inversión

	A	B	C	D	E
Educación para empleados y familiares			10%		X
Campañas de prevención	10%	50%			
Donaciones en educación	10%		20%		
Donaciones en salud		50%			
Aspectos ambientales	5%		60%		X
Soluciones en vivienda	10%		10%		
Otro ¿Cual?	65%				
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>		

**Fuente:** Elaboración propia

El destino de la inversión varía para cada organización porque ésta depende en gran parte de los grupos de interés con los cuales desea trabajar y las expectativas que la organización tenga frente al retorno o beneficio que genere.

**8.2.17. Rango de utilidades operacionales.** Se podría pensar que el valor de las inversiones en temas de Responsabilidad Social debería ser proporcional al valor de las utilidades de cada organización, sin embargo, ésta situación solo se queda en un ideal, pues el monto de dichas inversiones solo depende de los intereses, expectativas, y hasta de la sensibilización que cada organización tenga frente al desarrollo de actividades que generen un impacto social en su entorno.

Los resultados del siguiente cuadro muestran que tres de las cinco empresas encuestadas, realizan inversiones inferiores a 50 millones de pesos anuales en sus respectivos programas de Responsabilidad Social. Solo una de ellas hace una inversión superior a 100 millones de pesos, lo cual demuestra trayectoria y una avanzada curva de experiencia en estos procesos. Otra organización prefirió no brindar información al respecto.

**Cuadro 11.** Rango de las utilidades

	A	B	C	D	E
Entre 1.000.000 a 10.000.000		X			
Entre 11.000.000 a 50.000.000	X				X
Entre 51.000.000 a 100.000.000					
Más de 100.000.000			X		

**Fuente:** Elaboración propia

**8.2.18. Descuentos tributarios.** Ninguna de las empresas participantes del estudio manifestó haber recibido descuentos tributarios producto de la realización de actividades de Responsabilidad Social. Esta situación pone de manifiesto la falta de aprovechamiento de los distintos beneficios que se otorga el Estado Colombiano a las compañías por la realización de inversiones en beneficio de su comunidad y el entorno.

**8.2.19. Descuentos en impuesto de industria y comercio.** El 80% de las empresas estudiadas dijeron no haber tenido descuentos en impuesto de industria y comercio. Una empresa manifestó recibir descuento en dicho impuesto por contratar mano de obra local (Guachené, Cauca), el cual consiste en el 1 x 1.000 si se cumple con mantener el 80% oriundo de este municipio y 1 x 1.000 adicional por inversión social en alianza con la empresa.

## **9. CONCLUSIONES**

- El Norte del Cauca se constituye hoy como el principal centro de la actividad económica, industrial y comercial del Cauca, con un fuerte impacto en el Suroccidente colombiano, y gran influencia nacional e internacional. La región

tiene trayectoria en materia minera, artesanal y comercial y grandes oportunidades a nivel industrial y de servicios.

- En las empresas estudiadas existe una evidente falta de aprovechamiento de los beneficios tributarios que el gobierno Colombiano brinda a aquellas organizaciones que implementen programas de Responsabilidad Social. La justificación del no uso de éstos beneficios puede responder a circunstancias que no son objeto de análisis del presente estudio.
- Las empresas deben construir acuerdos de trabajo colaborativo con la comunidad para ganar confianza y fortalecer emprendimientos con base en elementos culturales, costumbres y tradiciones, tales como iniciativas y programas de apoyo comunitario. Hay todavía mucho camino por recorrer por parte de las empresas estudiadas y muchas cosas hacer en beneficio de la comunidad que las rodea.
- La incidencia de la Responsabilidad Social en el ámbito de la información financiera es muy importante y evidente, no solo por los efectos directos que tiene sobre la misma, sino por el compromiso que tiene la empresa de informar a los distintos grupos de interés sobre la gestión de los recursos.
- El Balance Social y el Informe de Sostenibilidad son herramientas que permiten a las empresa comunicarse con sus grupos de interés y mostrar los resultados de su gestión en materia de Responsabilidad Social, sin embargo, no hay evidencia en las empresas estudiadas sobre el hábito en la utilización de dichas herramientas lo cual no cual se considera una importante oportunidad de mejora.
- El estándar establecido por GRI (Global Reporting Initiative), es una guía para la elaboración de reportes que facilita la definición y seguimiento al cumplimiento de metas estratégicas en Responsabilidad Social. Ésta guía puede ser una alternativa para varias de las organizaciones estudiadas puedan fortalecer su estrategia de trabajo y fortalecer su gestión.

## **10. RECOMENDACIONES**

- Las organizaciones estudiadas pueden visualizar sus oportunidades de acceder a los beneficios tributarios otorgados por el Estado, a través de asesoría de expertos en la materia, mayor capacitación del talento humano que administra

los programas de Responsabilidad Social y sensibilización de la alta dirección para realizar mayores inversiones con impacto social.

- El desarrollo de las competencias técnicas de las personas pertenecientes a las comunidades aledañas a través de programas de formación se puede constituir en un factor a favor favorable para las organizaciones de la zona, dado que la vinculación laboral de dichas personas representa una deducción importante en materia de impuestos de industria y comercio.
- La elaboración de una política de Responsabilidad Social con descripción del propósito, estrategias y directrices claras, se convierte en la hoja de ruta y una herramienta útil para la administración de los programas de RS. Por esta razón, se recomienda elaborar dichos documentos como una manera de formalizar el trabajo, ya que de otra manera, cualquier iniciativa en este sentido puede perder el interés con el cual originalmente se creó por parte de la organización.
- Es importante y prioritario que se formulen y pongan en marcha programas de desarrollo que busquen el mejoramiento de variables como la calidad de vida, empleo, emprendimiento, el logro de una convivencia pacífica en la región y la protección y conservación del medio ambiente en el Norte del Cauca.
- La región del Norte del Cauca representa una gran zona de oportunidades para las organizaciones que se asientan allí y que pueden ser utilizadas en beneficio mutuo a través de la inversión de mayor cantidad de recursos para actividades con impacto social y sostenible. Esto dada la riqueza de sus tierras, flora, fauna, minería, variedad de pisos térmicos, hidrografía y biodiversidad, además de la gran potencialidad económica basada en turismo ecológico.

## BIBLIOGRAFÍA

AGUIRRE VALENCIA, Jessica Edith. RINCÓN BOLIVAR, Martha Catalina. Los aportes realizados a la responsabilidad social empresarial y su relación con los descuentos tributarios recibidos, evaluados en diez empresas del sector salud de la ciudad de Cali. [CD-ROM]. Trabajo de grado Profesional Contaduría Pública. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente. Facultad Ciencias Económicas y Administrativas. Departamento de Ciencias Administrativas, 2012. 1 CD-ROM.

ALONSO C., Julio César. 10 años de la Ley Páez. Centro de Investigación en Economía y Finanzas (CIENFI). Universidad ICESI. Santiago de Cali, 2006. p. 2. [consultado 24 de mayo de 2015]. Disponible en Internet: [https://www.icesi.edu.co/leypaez/contenido/pdf/libro\\_ley\\_paez.pdf](https://www.icesi.edu.co/leypaez/contenido/pdf/libro_ley_paez.pdf)

ARAQUE, R.A., M.J. MONTERO, Simó. La responsabilidad social de la empresa a debate. Barcelona, 2006. 258 p.

ARBELÁEZ ROJAS, Marcela. Análisis y desarrollo de la Ley Páez en el Departamento del Cauca. Trabajo de grado Profesional Administración de Empresas. Santiago de Cali: Pontificia Universidad Javeriana. Facultad Ciencias Económicas y Administrativas. Departamento de Ciencias Administrativas, 1997. 1 CD-ROM.

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa. Madrid, 2004. 216 p.

BETANCOURT G., Benjamín. Proyecto de investigación: Región socialmente responsable en el Norte del Cauca 2010-2020. [en línea]Universidad del Valle. Facultad de Ciencias de la Administración. Santiago de Cali, 2009. 20 p. [consultado 24 de mayo de 2015]. Disponible en Internet: [http://www.ascolfa.edu.co/archivos/6.3%20RSE%20-%20BETANCOURT%20\(P\).pdf](http://www.ascolfa.edu.co/archivos/6.3%20RSE%20-%20BETANCOURT%20(P).pdf)

BOWEN, H, R. Social Responsibilities of the Businessman. New York: Harper & Row, 1953. 122 p.

CAZAU, Pablo. Introducción a la investigación en Ciencias Sociales. Tercera Edición. Buenos Aires, 2006. 96 p.



Colinagro S.A. Colombia[en línea] Colinagro S.A. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.colinagro.com>

DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES (DIAN). Estatuto Tributario [en línea]. Bogotá D.C. [Consultado 17 de mayo de 2015]. Disponible en Internet::  
<http://www.dian.gov.co/dian/15servicios.nsf/etributario?OpenView&Start=1&Count=1000&Collapse=4#4>

FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, José Luis. LUNA SOTORRIO, Ladislao. Actuación social de las empresas en España. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Cantabria. Santander, España, 2004. 21 p. [consultado 26 de mayo de 2015]. Disponible en Internet:  
[http://www.cegea.upv.es/congresos\\_y\\_jornadas/2007\\_Empresa\\_y\\_Sociedad/cd/106h.pdf](http://www.cegea.upv.es/congresos_y_jornadas/2007_Empresa_y_Sociedad/cd/106h.pdf)

Forsa S.A. Colombia:[en línea] Forsa S.A. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.forsa.com.co>

GALLEGOS M. Juan, MANRÍQUEZ, Sandra. Análisis y aplicación de la medición y gestión del Valor Económico Agregado (EVA) a una empresa que cotiza en bolsa [en línea] p. 18 [consultado 08 de mayo de 2015]. Disponible en:  
Global Reporting[en línea]: Global Reporting. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.globalreporting.org>  
<http://www.capic.cl/capic/portada/vol3/Art%204%20Manriquez%20Gallegos%20Valenzuela.pdf>

Léxico de Antropología. Buenos Aires: Editorial Estela, 1970. 318 p.  
LÓPEZ, Francisco J. La dirección de negocios orientada a la creación de valor [en línea]. España, 1998. p. 6. [consultado 18 de mayo de 2015]. Disponible en:  
<http://www.ie.edu/fllubian/documentos/articulohdbr.pdf>

LÓPEZ, Gustavo A. PEÑA COLLAZOS, Wilmar. SÁNCHEZ MALDONADO, Luis Fernando. Responsabilidad social empresarial: Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy. Universidad Externado de Colombia. Facultad de Administración de Empresas, 2007. 154 p.

MELÉ CARNÉ, Doménec. Responsabilidad social de la empresa: Una revisión crítica a las principales teorías. En: Ekonomias: Revista vasca de economía. Volumen No. 65, 2º cuatrimestre, 2007 [consultado 24 de mayo de 2015]. Disponible en Internet:  
<file:///C:/Users/Diego/Downloads/Dialnet-ResponsabilidadSocialDeLaEmpresaUnaRevisionCritica-2533611.pdf>

Ministerio de Hacienda y Crédito Público:

<http://www.minhacienda.gov.co/portal/page/portal/HomeMinhacienda/presupuesto-general-del-anacion/ProyectoPGN/2012/8%20MP%202012%20Beneficios%20tributarios.pdf>

OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT). Iniciativa InFocus sobre responsabilidad social de la empresa. Ginebra, 2006. 122 p.

P., Murphy. An Evolution: Corporate Social Responsiveness. En: Business Review, no. 30, University of Michigan, 1978. 58 p.

Pacto Mundial. Madrid: Red Pacto Mundial España. [Consultado 04 de Marzo, 2015]. Disponible en Internet: <http://www.pactomundial.org>

Pavco S.A. Colombia[en línea]: Pavco S.A. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.pavco.com.co>

SERNA QUINTERO, Vanessa. Caracterización de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial frente a la guía técnica Colombiana GTC180, para determinar su impacto en la gestión organizacional de las empresas del subsector salud de la ciudad de Cali. [CD-ROM]. Trabajo de grado Profesional Mercadeo y Negocios Internacionales. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente. Facultad Ciencias Económicas y Administrativas. Departamento de Ciencias Administrativas, 2012. 1 CD-ROM.

Team S.A.S. Colombia:[en línea] Team S.A.S. [Consultado 17 de Febrero, 2015]. Disponible en: <http://www.team.co/web>

WOOD, D.J. Corporate Social Performance Revisited. En: The Academy of Management Review, vol. 16, no. 4, 1991, 857 p.

## **ANEXOS**

### **Anexo 1. Balance General y Estado de resultados Imbera S.A.**

#### **Balance General Imbera S.A. (Millones COP)**

<b>Balance</b>	<b>2012</b>		<b>2011</b>
<b>Auditado</b>	<b>Auditado</b>	<b>Auditado</b>	<b>No Auditado</b>
<b>Estado Financiero</b>	<b>Individual</b>	<b>Individual</b>	<b>Individual</b>
<b>Fuente</b>	<b>Supersociedades</b>	<b>Supersociedades</b>	<b>C.C. - Bogota</b>
<b>Activo Corriente</b>			
Caja y Bancos	\$ 1.261	\$ 1.979	
Inversiones Temporales	\$ -	\$ -	
Clientes	\$ 3.767	\$ 4.373	
Deudores Comerciales	\$ 3.767	\$ 4.373	
Inventario	\$ 1.529	\$ 1.969	
Anticipo de Impuestos y contrib o saldo	\$ 797	\$ 1.107	
Otros Deudores	\$ 156	\$ 32	
Diferidos	\$ 38	\$ 88	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 7.549</b>	<b>\$ 9.549</b>	<b>\$ 5.679</b>
<b>Activo Fijo</b>			
Activos Fijos	\$ 816	\$ 767	\$ 756
<b>Total Activos LP</b>	<b>\$ 816</b>	<b>\$ 767</b>	<b>\$ 756</b>
<b>Total ACTIVO</b>			
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 8.365</b>	<b>\$ 10.317</b>	<b>\$ 6.435</b>
<b>Pasivo Corriente</b>			
Proveedores	\$ 1.593	\$ 2.797	
Cuentas por Pagar CP	\$ 237	\$ 183	
Impuestos por Pagar	\$ 602	\$ 881	
Obligaciones Laborales	\$ 478	\$ 276	
Estimados y Provisiones	\$ 192	\$ 389	
Otros Pasivos Corto Plazo	\$ -	\$ 999	
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>\$ 3.102</b>	<b>\$ 5.525</b>	<b>\$ 5.929</b>
<b>Pasivo a Largo Plazo</b>			
Obligaciones Financieras (LP)	\$ -	\$ 870	
Proveedores L.P.	\$ 2.587	\$ 2.587	
<b>Pasivo Largo Plazo</b>	<b>\$ 2.587</b>	<b>\$ 3.457</b>	
<b>Total PASIVO</b>			
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 5.689</b>	<b>\$ 8.982</b>	<b>\$ 5.929</b>
<b>Patrimonio</b>			
Capital	\$ 8	\$ 8	
Reservas de Capital	\$ 4	\$ 4	
Utilidades del Ejercicio	\$ 1.342	\$ 828	
Utilidades Retenidas	\$ 1.322	\$ 494	
<b>Total Patrimonio Neto</b>	<b>\$ 2.676</b>	<b>\$ 1.334</b>	<b>\$ 506</b>
<b>Total PASIVO y PATRIMONIO</b>			
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>\$ 8.365</b>	<b>\$ 10.317</b>	<b>\$ 6.435</b>

### Estado de Resultados Imbera S.A. (Millones COP)

Estado de Resultados	2013	2012	2011
Auditado	Auditado	Auditado	No Auditado
Estado Financiero	Individual	Individual	Individual
Fuente	Supersociedades	Supersociedades	C.C. - Bogota
<b>Utilidad Operacional</b>			
<b>Ventas</b>	\$ 30.712	\$ 24.226	\$ 9.277
Costo de venta	\$ 26.184	\$ 20.894	\$ 8.798
<b>Utilidad Bruta</b>	\$ 4.528	\$ 3.333	
Gastos de Administracion	\$ 1.566	\$ 1.144	\$ 43
Gastos de Ventas	\$ 374	\$ 323	
<b>Utilidad Operacional</b>	\$ 2.587	\$ 1.867	\$ 679
<b>No Operacionales</b>			
<b>Total Ingresos No Operacionales</b>	\$ 180	\$ 52	
Gastos Financieros	\$ 66		
Otros Gastos No Operacionales	\$ 246		
<b>Total Gastos No Operacionales</b>	\$ 313	\$ 369	
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	\$ 2.454	\$ 1.549	
<b>Impuestos y Otros</b>			
Impuesto de Renta	\$ 1.112	\$ 720	
<b>UTILIDAD NETA</b>			
<b>Utilidad Neta</b>	\$ 1.342	\$ 828	\$ 498
<b>Otros</b>			
Depreciación y Amortización	\$ 150	\$ 115	

## Anexo 2. Balance General y Estado de resultados Forsa S.A.

## Balance General Forsa S.A. (Millones COP)

Balance	2013	2012	2011	2010	2009
Auditado	Auditado	Auditado	Auditado	Auditado	Auditado
Estado Financiero	Individual	Individual	Individual	Individual	Individual
Fuente	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades
<b>Activo Corriente</b>					
Caja y Bancos	\$ 9.401	\$ 1.096	\$ 784	\$ 2.440	\$ 360
Inversiones Temporales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1
Clientes	\$ 30.974	\$ 15.858	\$ 19.408	\$ 5.113	\$ 8.785
- Deudas de difícil cobro	\$ 2.642	\$ 2.493	\$ 1.107	\$ 1.129	\$ 1.633
- Provisiones	\$ 5.186	\$ 947	\$ 1.127	\$ 1.129	\$ 1.534
Deudores Comerciales	\$ 28.431	\$ 17.404	\$ 19.387	\$ 5.113	\$ 8.884
Inventario	\$ 15.549	\$ 12.032	\$ 15.519	\$ 4.327	\$ 6.399
Anticipo de Impuestos y contrib o saldo	\$ 1.435	\$ 791	\$ 1.014	\$ 572	\$ 758
Otros Deudores	\$ 4.896	\$ 2.417	\$ 1.085	\$ 4.866	\$ 11.841
Diferidos	\$ -	\$ 25	\$ 338	\$ 271	\$ 221
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 59.711</b>	<b>\$ 33.765</b>	<b>\$ 38.127</b>	<b>\$ 17.589</b>	<b>\$ 28.464</b>
<b>Activo Fijo</b>					
Activos Fijos	\$ 15.119	\$ 14.228	\$ 8.350	\$ 5.510	\$ 6.061
Intangibles (Neto)	\$ 48	\$ 62	\$ 99	\$ -	\$ 44
Inversiones	\$ -	\$ 8.901	\$ 11.441	\$ 11.009	\$ 2.936
Deudores LP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.600	\$ -
Diferidos	\$ 228	\$ 273	\$ -	\$ -	\$ -
Valorizaciones	\$ 92	\$ 2.977	\$ 2.665	\$ 2.665	\$ 1.508
<b>Total Activos LP</b>	<b>\$ 15.487</b>	<b>\$ 26.442</b>	<b>\$ 22.556</b>	<b>\$ 20.785</b>	<b>\$ 10.548</b>
<b>Total ACTIVO</b>					
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 75.198</b>	<b>\$ 60.207</b>	<b>\$ 60.683</b>	<b>\$ 38.374</b>	<b>\$ 39.012</b>
<b>Pasivo Corriente</b>					
Obligaciones Financieras	\$ 19.217	\$ 25.458	\$ 15.318	\$ 5.669	\$ 11.447
Proveedores	\$ 5.646	\$ 2.260	\$ 5.513	\$ 1.104	\$ 1.499
Cuentas por Pagar CP	\$ 16.773	\$ 6.336	\$ 12.620	\$ 2.954	\$ 2.607
Impuestos por Pagar	\$ 1.091	\$ 1.112	\$ 1.551	\$ 439	\$ 876
Obligaciones Laborales	\$ 663	\$ 483	\$ 448	\$ 389	\$ 359
Estimados y Provisiones	\$ 3.395	\$ 59	\$ 1.404	\$ 169	\$ -
Pasivos Diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Pasivos Corto Plazo	\$ 4.344	\$ 2.258	\$ 4.616	\$ 2.524	\$ 2.309
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>\$ 51.129</b>	<b>\$ 37.965</b>	<b>\$ 41.469</b>	<b>\$ 13.247</b>	<b>\$ 19.097</b>
<b>Pasivo a Largo Plazo</b>					
Obligaciones Financieras (LP)	\$ 10.586	\$ 6.403	\$ 2.716	\$ 9.898	\$ 4.041
<b>Pasivo Largo Plazo</b>	<b>\$ 10.586</b>	<b>\$ 6.403</b>	<b>\$ 2.716</b>	<b>\$ 9.898</b>	<b>\$ 4.041</b>
<b>Total PASIVO</b>					
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 61.715</b>	<b>\$ 44.369</b>	<b>\$ 44.185</b>	<b>\$ 23.145</b>	<b>\$ 23.138</b>
<b>Patrimonio</b>					
Capital	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 600	\$ 600
Superavit de Capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Superavit de Valorizaciones	\$ 92	\$ 2.977	\$ 2.665	\$ 2.665	\$ 1.508
Reservas de Capital	\$ 3.324	\$ 3.138	\$ 3.138	\$ 7.538	\$ 538
Revalorización del Patrimonio	\$ 264	\$ 599	\$ 232	\$ 826	\$ 1.110
Utilidades del Ejercicio	\$ 1.667	\$ 1.860	\$ 2.863	\$ 769	\$ 3.180
Utilidades Retenidas	\$ 3.137	\$ 3.463	\$ 2.600	\$ 4.369	\$ 8.938
<b>Total Patrimonio Neto</b>	<b>\$ 13.483</b>	<b>\$ 15.839</b>	<b>\$ 16.498</b>	<b>\$ 15.229</b>	<b>\$ 15.874</b>
<b>Total PASIVO y PATRIMONIO</b>					
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>\$ 75.198</b>	<b>\$ 60.207</b>	<b>\$ 60.683</b>	<b>\$ 38.374</b>	<b>\$ 39.012</b>

## Estado de Resultados Forsa S.A (Millones COP)

Estado de Resultados	2013	2012	2011	2010	2009
Auditado	Auditado	Auditado	Auditado	Auditado	Auditado
Estado Financiero	Individual	Individual	Individual	Individual	Individual
Fuente	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades
<b>Utilidad Operacional</b>					
<b>Ventas</b>	\$ 112.926	\$ 59.472	\$ 89.392	\$ 34.290	\$ 41.706
Costo de venta	\$ 77.819	\$ 39.102	\$ 53.987	\$ 22.933	\$ 22.810
<b>Utilidad Bruta</b>	\$ 35.108	\$ 20.370	\$ 35.405	\$ 11.356	\$ 18.896
Gastos de Administracion	\$ 7.394	\$ 5.003	\$ 5.512	\$ 4.136	\$ 3.350
Gastos de Ventas	\$ 21.901	\$ 13.308	\$ 14.009	\$ 6.679	\$ 10.814
<b>Utilidad Operacional</b>	\$ 5.813	\$ 2.059	\$ 15.884	\$ 542	\$ 4.732
<b>No Operacionales</b>					
<b>Total Ingresos No Operacionales</b>	\$ 8.822	\$ 9.208	\$ 9.244	\$ 5.270	\$ 12.520
Gastos Financieros	\$ 1.926				
Otros Gastos No Operacionales	\$ 9.993				
<b>Total Gastos No Operacionales</b>	\$ 11.919	\$ 8.919	\$ 21.729	\$ 6.495	\$ 13.308
Correccion Monetaria					
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	\$ 2.716	\$ 2.347	\$ 3.398	-\$ 684	\$ 3.944
<b>Impuestos y Otros</b>					
Impuesto de Renta	\$ 1.049	\$ 488	\$ 535	\$ 85	\$ 763
<b>UTILIDAD NETA</b>					
<b>Utilidad Neta</b>	\$ 1.667	\$ 1.860	\$ 2.863	-\$ 769	\$ 3.180
<b>Otros</b>					
Depreciación y Amortización	\$ 2.873	\$ 1.246	\$ 901	\$ 1.709	\$ 1.007

### Anexo 3. Balance General y Estado de resultados Pavco de Occidente S.A.

## Balance General Pavco de Occidente S.A. (Millones COP)

Balance Auditado Estado Financiero Fuente	2013	2012	2011	2010	2009
	Auditado	Auditado	Auditado	Auditado	Auditado
	Individual	Individual	Individual	Individual	Individual
	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades
<b>Activo Corriente</b>					
Caja y Bancos	\$ 688	\$ 242	\$ 192	\$ 237	\$ 369
Inversiones Temporales	\$ 5	\$ 164	\$ 318	\$ -	\$ -
Clientes	\$ 1.425	\$ 283	\$ 359	\$ 16.658	\$ 14.212
- Provisiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Deudores Comerciales	\$ 1.425	\$ 283	\$ 359	\$ 16.658	\$ 14.212
Inventario	\$ 8.339	\$ 4.243	\$ 5.210	\$ 2.069	\$ 2.352
Anticipo de Impuestos y contrib o saldo	\$ 2.636	\$ 50	\$ 1.584	\$ 789	\$ 1.343
Otros Deudores	\$ 8.814	\$ 13.099	\$ 14.409	\$ 4.672	\$ 2.121
Diferidos	\$ 85	\$ 78	\$ 34	\$ 55	\$ 16
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 21.992</b>	<b>\$ 18.158</b>	<b>\$ 22.105</b>	<b>\$ 24.480</b>	<b>\$ 20.414</b>
<b>Activo Fijo</b>					
Activos Fijos	\$ 60.383	\$ 38.518	\$ 26.721	\$ 16.782	\$ 15.955
Intangibles (Neto)	\$ 13.920	\$ 75	\$ 218	\$ 276	\$ 334
Inversiones	\$ 24.409	\$ 23.381	\$ 23.737	\$ 22.592	\$ 39.232
Otras Cuentas por Cobrar (LP)	\$ 1.869	\$ 2.659	\$ 499	\$ 3.007	\$ -
Diferidos	\$ 379	\$ 197	\$ 321	\$ 187	\$ 226
Valorizaciones	\$ 19.213	\$ 16.201	\$ 15.186	\$ 11.566	\$ 13.086
<b>Total Activos LP</b>	<b>\$ 120.173</b>	<b>\$ 81.031</b>	<b>\$ 66.682</b>	<b>\$ 54.411</b>	<b>\$ 68.833</b>
<b>Total ACTIVO</b>	<b>\$ 142.165</b>	<b>\$ 99.189</b>	<b>\$ 88.787</b>	<b>\$ 78.890</b>	<b>\$ 89.246</b>
<b>Pasivo Corriente</b>					
Obligaciones Financieras	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8.333
Proveedores	\$ 12.417	\$ 5.183	\$ 2.239	\$ 2.313	\$ 3.410
Cuentas por Pagar CP	\$ 20.107	\$ 1.826	\$ 1.794	\$ 1.802	\$ 4.429
Impuestos por Pagar	\$ 666	\$ 861	\$ 1.080	\$ 516	\$ 1.121
Obligaciones Laborales	\$ 442	\$ 246	\$ 265	\$ 254	\$ 217
Estimados y Provisiones	\$ 143	\$ 25	\$ 101	\$ 57	\$ 124
Pasivos Diferidos	\$ 137	\$ 178	\$ 259	\$ 340	\$ 1.279
Otros Pasivos Corto Plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>\$ 33.912</b>	<b>\$ 8.318</b>	<b>\$ 5.738</b>	<b>\$ 5.282</b>	<b>\$ 18.913</b>
<b>Pasivo a Largo Plazo</b>					
Obligaciones Financieras (LP)	\$ 14.257	\$ 6.305	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 12.500
Cuentas por Pagar LP	\$ 21.195	\$ 19.451	\$ -	\$ -	\$ -
Estimados y Provisiones LP	\$ 451	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ -
Diferidos LP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 43	\$ 94
Otros Pasivos LP	\$ 18.353	\$ 471	\$ 835	\$ -	\$ -
<b>Pasivo Largo Plazo</b>	<b>\$ 54.255</b>	<b>\$ 27.227</b>	<b>\$ 20.835</b>	<b>\$ 20.043</b>	<b>\$ 12.594</b>
<b>Total PASIVO</b>	<b>\$ 88.167</b>	<b>\$ 35.545</b>	<b>\$ 26.573</b>	<b>\$ 25.325</b>	<b>\$ 31.507</b>
<b>Patrimonio</b>					
Capital	\$ 22.828	\$ 22.828	\$ 14.564	\$ 14.564	\$ 14.564
Superavit de Capital	\$ 1.979	\$ 1.171	\$ 283	\$ 2.028	\$ 1.978
Superavit de Valorizaciones	\$ 19.213	\$ 16.201	\$ 15.186	\$ 11.566	\$ 13.086
Reservas de Capital	\$ 7.180	\$ 7.463	\$ 13.032	\$ 12.731	\$ 12.917
Revalorizacion del Patrimonio	\$ -	\$ -	\$ 8.264	\$ 9.747	\$ 10.041
Utilidades del Ejercicio	\$ 2.612	\$ 15.795	\$ 10.536	\$ 2.743	\$ 5.153
Utilidades Retenidas	\$ 186	\$ 186	\$ 349	\$ 186	\$ -
<b>Total Patrimonio Neto</b>	<b>\$ 53.998</b>	<b>\$ 63.644</b>	<b>\$ 62.214</b>	<b>\$ 53.565</b>	<b>\$ 57.739</b>
<b>Total PASIVO y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 142.165</b>	<b>\$ 99.189</b>	<b>\$ 88.787</b>	<b>\$ 78.890</b>	<b>\$ 89.246</b>



## Estado de Resultados Pavco de Occidente S.A. (Millones COP)

Estado de Resultados	2013	2012	2011	2010	2009
Auditado	Auditado	Auditado	Auditado	Auditado	Auditado
Estado Financiero	Individual	Individual	Individual	Individual	Individual
Fuente	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades
<b>Utilidad Operacional</b>					
<b>Ventas</b>	\$ 77.143	\$ 64.866	\$ 68.277	\$ 9.808	\$ 53.800
Costo de venta	\$ 62.179	\$ 47.233	\$ 54.271	\$ 7.651	\$ 40.106
<b>Utilidad Bruta</b>	\$ 14.964	\$ 17.633	\$ 14.007	\$ 2.156	\$ 13.694
Gastos de Administracion	\$ 4.186	\$ 2.864	\$ 2.963	\$ 427	\$ 3.312
Gastos de Ventas	\$ 1.478	\$ 978	\$ 748	\$ 115	\$ 504
<b>Utilidad Operacional</b>	\$ 9.300	\$ 13.790	\$ 10.295	\$ 1.614	\$ 9.878
<b>No Operacionales</b>					
<b>Total Ingresos No Operacionales</b>	\$ 4.136	\$ 7.754	\$ 3.915	\$ 1.651	\$ 4.763
Gastos Financieros	\$ 935				
Otros Gastos No Operacionales	\$ 9.637				
<b>Total Gastos No Operacionales</b>	\$ 10.573	\$ 3.675	\$ 2.462	\$ 523	\$ 8.073
Correccion Monetaria					
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	\$ 2.863	\$ 17.869	\$ 11.749	\$ 2.743	\$ 6.568
<b>Impuestos y Otros</b>					
Impuesto de Renta	\$ 252	\$ 2.074	\$ 1.213	\$ -	\$ 1.415
<b>UTILIDAD NETA</b>					
<b>Utilidad Neta</b>	\$ 2.612	\$ 15.795	\$ 10.536	\$ 2.743	\$ 5.153
<b>Otros</b>					
Depreciación y Amortización	\$ 4.869	\$ 2.547	\$ 1.844	\$ 251	\$ 1.384

## Anexo 4. Balance General y Estado de resultados Plásticos Team S.A.S

### Balance General Plásticos Team S.A.S. (Millones COP)

Balance	2013	2012	2011
Auditado	Auditado	Auditado	Auditado
Estado Financiero	Individual	Individual	Individual
Fuente	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades
<b>Activo Corriente</b>			
Caja y Bancos	\$ 91	\$ 398	\$ 156
Clientes	\$ 6.238	\$ 1.463	\$ 675
- Provisiones	\$ 9	\$ -	\$ 3
Deudores Comerciales	\$ 6.229	\$ 1.463	\$ 673
Inventario	\$ 3.908	\$ 4.448	\$ 4.220
Anticipo de Impuestos y contrib o saldo	\$ 671	\$ 701	\$ 1.527
Otros Deudores	\$ 60	\$ 64	\$ 140
Diferidos	\$ 29	\$ 32	\$ 24
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 10.987</b>	<b>\$ 7.107</b>	<b>\$ 6.740</b>
<b>Activo Fijo</b>			
Activos Fijos	\$ 7.932	\$ 7.520	\$ 8.040
Diferidos	\$ 442	\$ 624	\$ 493
Valorizaciones	\$ 135	\$ 135	\$ 250
<b>Total Activos LP</b>	<b>\$ 8.508</b>	<b>\$ 8.279</b>	<b>\$ 8.783</b>
<b>Total ACTIVO</b>			
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 19.496</b>	<b>\$ 15.386</b>	<b>\$ 15.522</b>
<b>Pasivo Corriente</b>			
Proveedores	\$ 4.347	\$ 992	\$ 2.227
Cuentas por Pagar CP	\$ 718	\$ 610	\$ 708
Impuestos por Pagar	\$ 985	\$ 619	\$ 772
Obligaciones Laborales	\$ 164	\$ 144	\$ 107
Estimados y Provisiones	\$ 2	\$ -	\$ -
Otros Pasivos Corto Plazo	\$ 13	\$ 6	\$ -
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>\$ 6.230</b>	<b>\$ 2.372</b>	<b>\$ 3.814</b>
<b>Pasivo a Largo Plazo</b>			
Diferidos LP	\$ 1	\$ -	\$ -
Otros Pasivos LP	\$ -	\$ 164	\$ -
<b>Pasivo Largo Plazo</b>	<b>\$ 1</b>	<b>\$ 164</b>	<b>\$ -</b>
<b>Total PASIVO</b>			
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 6.231</b>	<b>\$ 2.537</b>	<b>\$ 3.814</b>
<b>Patrimonio</b>			
Capital	\$ 851	\$ 851	\$ 851
Superavit de Capital	\$ 8.897	\$ 8.897	\$ 8.897
Superavit de Valorizaciones	\$ 135	\$ 135	\$ 250
Reservas de Capital	\$ 1.467	\$ 1.711	\$ 1.128
Utilidades del Ejercicio	\$ 1.915	\$ 1.256	\$ 583
<b>Total Patrimonio Neto</b>	<b>\$ 13.264</b>	<b>\$ 12.849</b>	<b>\$ 11.708</b>
<b>Total PASIVO y PATRIMONIO</b>			
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>\$ 19.496</b>	<b>\$ 15.386</b>	<b>\$ 15.522</b>

## Estado de Resultados Plásticos Team S.A.S. (Millones COP)

Estado de Resultados	2013	2012	2011
Auditado	Auditado	Auditado	Auditado
Estado Financiero	Individual	Individual	Individual
Fuente	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades
<b>Utilidad Operacional</b>			
Ventas	\$ 31.248	\$ 25.932	\$ 21.556
Costo de venta	\$ 25.279	\$ 21.168	\$ 18.098
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 5.969</b>	<b>\$ 4.764</b>	<b>\$ 3.457</b>
Gastos de Administracion	\$ 3.006	\$ 2.873	\$ 2.453
Gastos de Ventas	\$ 350	\$ 281	\$ 175
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 2.614</b>	<b>\$ 1.610</b>	<b>\$ 829</b>
<b>No Operacionales</b>			
<b>Total Ingresos No Operacionales</b>	<b>\$ 283</b>	<b>\$ 385</b>	<b>\$ 516</b>
Gastos Financieros	\$ -		
Otros Gastos No Operacionales	\$ 591		
<b>Total Gastos No Operacionales</b>	<b>\$ 591</b>	<b>\$ 486</b>	<b>\$ 698</b>
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>\$ 2.305</b>	<b>\$ 1.509</b>	<b>\$ 646</b>
<b>Impuestos y Otros</b>			
Impuesto de Renta	\$ 390	\$ 253	\$ 63
<b>UTILIDAD NETA</b>			
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 1.915</b>	<b>\$ 1.256</b>	<b>\$ 583</b>
<b>Otros</b>			
Depreciación y Amortización	\$ 1.457	\$ 1.447	\$ 1.158

## Anexo 5. Balance General y Estado de resultados Colinagro S.A.

### Balance General Colinagro S.A. (Millones COP)

Balance Auditado Estado Financiero Fuente	2013	2012	2011	2010	2009
	Auditado Individual	Auditado Individual	Auditado Individual	Auditado Individual	Auditado Individual
	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades
<b>Activo Corriente</b>					
Caja y Bancos	\$ 652	\$ 860	\$ 530	\$ 1.636	\$ 1.657
Inversiones Temporales	\$ 38	\$ 257	\$ 1.401	\$ 1.779	\$ 1.694
Clientes	\$ 6.876	\$ 6.828	\$ 6.103	\$ 5.649	\$ 5.767
- Provisiones	\$ 550	\$ 460	\$ 332	\$ 266	\$ 228
Deudores Comerciales	\$ 6.325	\$ 6.368	\$ 5.770	\$ 5.383	\$ 5.539
Inventario	\$ 7.435	\$ 6.529	\$ 7.367	\$ 5.405	\$ 5.902
Anticipo de Impuestos y contrib o saldo	\$ 1.413	\$ 1.642	\$ 1.600	\$ 1.505	\$ 2.387
Otros Deudores	\$ 170	\$ 219	\$ 380	\$ 165	\$ 242
Diferidos	\$ 100	\$ 81	\$ 68	\$ 64	\$ 5
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 16.133</b>	<b>\$ 15.956</b>	<b>\$ 17.117</b>	<b>\$ 15.938</b>	<b>\$ 17.427</b>
<b>Activo Fijo</b>					
Activos Fijos	\$ 3.327	\$ 3.694	\$ 3.571	\$ 3.847	\$ 4.009
Diferidos	\$ 728	\$ 644	\$ 73	\$ 3	\$ 19
Valorizaciones	\$ 3.916	\$ 3.916	\$ 3.434	\$ 3.606	\$ 2.897
<b>Total Activos LP</b>	<b>\$ 7.972</b>	<b>\$ 8.254</b>	<b>\$ 7.077</b>	<b>\$ 7.456</b>	<b>\$ 6.924</b>
<b>Total ACTIVO</b>					
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 24.105</b>	<b>\$ 24.210</b>	<b>\$ 24.194</b>	<b>\$ 23.394</b>	<b>\$ 24.351</b>
<b>Pasivo Corriente</b>					
Obligaciones Financieras	\$ 1.037	\$ 513	\$ 15	\$ 27	\$ 564
Proveedores	\$ 2.011	\$ 1.811	\$ 2.372	\$ 2.295	\$ 1.861
Cuentas por Pagar CP	\$ 1.950	\$ 2.114	\$ 2.007	\$ 1.886	\$ 1.717
Impuestos por Pagar	\$ 221	\$ 443	\$ 630	\$ 9	\$ 1
Obligaciones Laborales	\$ 594	\$ 633	\$ 497	\$ 483	\$ 422
Estimados y Provisiones	\$ 1.041	\$ 1.352	\$ 1.614	\$ 1.295	\$ 1.826
Otros Pasivos Corto Plazo	\$ 30	\$ 25	\$ 86	\$ 85	\$ 323
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>\$ 6.884</b>	<b>\$ 6.892</b>	<b>\$ 7.221</b>	<b>\$ 6.079</b>	<b>\$ 6.713</b>
<b>Pasivo a Largo Plazo</b>					
Obligaciones Financieras (LP)	\$ -	\$ -	\$ 67	\$ 82	\$ 819
Estimados y Provisiones LP	\$ 157	\$ 156	\$ 151	\$ 149	\$ 129
<b>Pasivo Largo Plazo</b>	<b>\$ 157</b>	<b>\$ 156</b>	<b>\$ 219</b>	<b>\$ 231</b>	<b>\$ 948</b>
<b>Total PASIVO</b>					
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 7.041</b>	<b>\$ 7.048</b>	<b>\$ 7.440</b>	<b>\$ 6.310</b>	<b>\$ 7.661</b>
<b>Patrimonio</b>					
Capital	\$ 9.074	\$ 9.074	\$ 9.074	\$ 9.074	\$ 8.298
Superavit de Capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Superavit de Valorizaciones	\$ 3.916	\$ 3.916	\$ 3.434	\$ 3.606	\$ 2.897
Reservas de Capital	\$ 2.101	\$ 1.975	\$ 1.671	\$ 1.565	\$ 1.345
Revalorizacion del Patrimonio	\$ 940	\$ 940	\$ 940	\$ 1.779	\$ 1.944
Utilidades del Ejercicio	\$ 1.034	\$ 1.258	\$ 1.636	\$ 1.059	\$ 2.206
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Patrimonio Neto</b>	<b>\$ 17.063</b>	<b>\$ 17.163</b>	<b>\$ 16.754</b>	<b>\$ 17.084</b>	<b>\$ 16.690</b>
<b>Total PASIVO y PATRIMONIO</b>					
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>\$ 24.105</b>	<b>\$ 24.210</b>	<b>\$ 24.194</b>	<b>\$ 23.394</b>	<b>\$ 24.351</b>

## Estado de Resultados Colinagro S.A. (Millones COP)

Estado de Resultados	2013	2012	2011	2010	2009
Auditado	Auditado	Auditado	Auditado	Auditado	Auditado
Estado Financiero	Individual	Individual	Individual	Individual	Individual
Fuente	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades	Supersociedades
<b>Utilidad Operacional</b>					
<b>Ventas</b>	\$ 38.220	\$ 44.927	\$ 43.265	\$ 35.098	\$ 37.386
Costo de venta	\$ 20.126	\$ 24.213	\$ 22.932	\$ 17.024	\$ 19.021
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 18.094</b>	<b>\$ 20.714</b>	<b>\$ 20.333</b>	<b>\$ 18.074</b>	<b>\$ 18.366</b>
Gastos de Administracion	\$ 3.396	\$ 3.497	\$ 3.104	\$ 3.255	\$ 3.162
Gastos de Ventas	\$ 12.173	\$ 13.922	\$ 13.716	\$ 12.803	\$ 11.169
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 2.524</b>	<b>\$ 3.295</b>	<b>\$ 3.513</b>	<b>\$ 2.016</b>	<b>\$ 4.035</b>
<b>No Operacionales</b>					
<b>Total Ingresos No Operacionales</b>	<b>\$ 444</b>	<b>\$ 656</b>	<b>\$ 728</b>	<b>\$ 849</b>	<b>\$ 1.364</b>
Gastos Financieros	\$ 40				
Otros Gastos No Operacionales	\$ 1.307				
<b>Total Gastos No Operacionales</b>	<b>\$ 1.347</b>	<b>\$ 1.996</b>	<b>\$ 1.607</b>	<b>\$ 1.335</b>	<b>\$ 2.169</b>
Correccion Monetaria					
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>\$ 1.621</b>	<b>\$ 1.954</b>	<b>\$ 2.634</b>	<b>\$ 1.531</b>	<b>\$ 3.229</b>
<b>Impuestos y Otros</b>					
Impuesto de Renta	\$ 587	\$ 696	\$ 999	\$ 472	\$ 1.023
<b>UTILIDAD NETA</b>					
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 1.034</b>	<b>\$ 1.258</b>	<b>\$ 1.636</b>	<b>\$ 1.059</b>	<b>\$ 2.206</b>
<b>Otros</b>					
Depreciación y Amortización	\$ 862	\$ 670	\$ 614	\$ 575	\$ 575