CAPITULO IV

INFORMACIÓN NO FINANCIERA EN EL SECTOR COMERCIAL COLOMBIANO: AVANCES DE LA ELABORACIÓN DE LOS REPORTES CORPORATIVOS

Rubén Darío Brand Jaramillo

Contador Público. Estudiante de Maestría en Administración de Empresas (MBA). Docente investigador del programa de Contaduría Pública de la Fundación Universitaria Panamericana – Unipanamericana, Sede Bogotá. Correo electrónico: rbrand@unipanamericana.edu.co.
<https://orcid.org/0000-0002-0976-6729>.

Jairo Alonso Rivera Cachope

Contador Público. Especialista en Pedagogía y Gestión Tributaria. Estudiante de Maestría en Auditoria y Gestión Empresarial. Docente investigador del programa de Contaduría Pública de la Fundación Universitaria Panamericana – Unipanamericana, Sede Bogotá. Correo electrónico: jalonsorivera@unipanamericana.edu.co.
<https://orcid.org/0000-0003-0172-9322>.

Cristina Isabel Montaña Barrera

Estudiante de noveno semestre del programa de Contaduría Pública de la Fundación Universitaria Panamericana – Unipanamericana, Sede Bogotá. Integrante del semillero SICUP (Semillero de Investigación Contable Unipanamericana). Correo electrónico: cmontanob@unipanamericana.edu.co.
<https://orcid.org/0000-0001-6726-6039>.

Katherine Dayana Guevara Moreno

Estudiante de noveno semestre del programa de Contaduría Pública de la Fundación Universitaria Panamericana – Unipanamericana, Sede Bogotá. Integrante del semillero SICUP (Semillero de Investigación Contable Unipanamericana). Correo electrónico: kdayanaguevara@unipanamericana.edu.co.
<https://orcid.org/0000-0001-7553-3088>

Resumen

El objetivo del presente capítulo es caracterizar la elaboración y divulgación de los reportes corporativos en el sector comercial de Colombia, abordando así, los informes de sostenibilidad y los reportes integrados que las empresas colombianas más grandes del país durante el periodo 2013 – 2018 han elaborado. En este sentido, este capítulo identifica

los avances de la divulgación de información no financiera de las empresas del sector comercial. La metodología que se desarrolló en el capítulo fue de carácter cualitativo, ya que se buscó definir la categoría de reportes corporativos (informes de gestión, informes de sostenibilidad y reportes integrados) que se presentaron en el sector comercial de Colombia. Para esto, se utilizó la observación y la revisión periódica de los reportes corporativos anuales publicados por las empresas analizadas pertenecientes al sector. Se observan seis años de la información, comenzando por el año 2013 y llegando hasta el año 2018. Las empresas se seleccionaron según los ingresos operacionales reportados a 31 de diciembre de 2018 y basándose en un informe publicado por la Superintendencia de Sociedades en el mes de mayo del 2019, titulado: “*Comportamiento de las 1000 empresas más grandes del sector real, por ingresos operacionales*”. A manera de hallazgos, se logró evidenciar que el sector comercial ha sido uno de los sectores económicos con mayor crecimiento dentro de la economía colombiana. Con respecto a la elaboración y divulgación de los reportes corporativos: reportes integrados e informes de sostenibilidad en el sector comercial de Colombia, esta es baja, ya que las grandes empresas del país no se encuentran interesadas en divulgar esta clase de información; en este sentido, se visualizó que solo una de las 31 empresas analizadas, ha elaborado Reportes Integrados durante tres periodos consecutivos, mientras que en promedio seis empresas han elaborado informes de sostenibilidad en periodos continuos.

Palabras clave: divulgación de información, informe de sostenibilidad, reportes corporativos, reportes integrados, sector comercio.

NON-FINANCIAL INFORMATION IN THE COLOMBIAN COMMERCIAL SECTOR: PROGRESS IN THE PREPARATION OF CORPORATE REPORTS

Abstract

The objective of this chapter is to characterize the preparation and dissemination of corporate reports in the commercial sector of Colombia, thus addressing the sustainability reports and integrated reports that the largest Colombian companies in the country during the 2013-2018 period have prepared. In this regard, this chapter identifies the progress of the dissemination of non-financial information of companies in the commercial sector. The methodology analyzed in the chapter was of a qualitative nature, since it was sought to define the category of corporate reports (management reports, sustainability reports and integrated reports) found in the commercial sector of Colombia. For this, the observation and periodic review of the annual corporate reports published by the analyzed companies belonging to the sector are recorded. Six years of the information are observed, beginning with the year 2013 and arriving until the year 2018. The companies were selected according to the operating income reported on December 31, 2018 and were recorded in a report published by the Superintendence of Companies in May 2019, entitled: “Compatibility of the 1000 largest companies in the real sector, by operational income “. By way of findings, it was found that the commercial sector has been one of the fastest growing economic

sectors within the Colombian economy. With regard to the preparation and dissemination of corporate reports: integrated reports and sustainability reports in Colombia's commercial sector, this is low and the country's large companies are not interested in disseminating this kind of information; In this sense, it is visualized only in one of the 31 companies analyzed, it has prepared integrated reports for three consecutive periods, while on average six companies have prepared sustainability reports in continuous periods.

Keywords: corporate reports, commerce sector, information dissemination, integrated reports and sustainability report.

Identificación de la investigación

Este capítulo de libro es resultado del proyecto de investigación titulado: “*Los reportes integrados en Colombia: una propuesta metodológica*”, el cual fue aprobado en la convocatoria 2018-2019 con el acto administrativo PI382019. Este proyecto de investigación fue liderado por los profesores Deisy Nohemí Sánchez Villamil, Jairo Alonso Rivera Cachope y Rubén Darío Brand Jaramillo y se encuentra financiado por el programa de Contaduría Pública de la Fundación Universitaria Panamericana - Unipanamericana, Sede Bogotá.

Introducción

En un mercado global en el que la movilidad de recursos ha propuesto grandes cambios en los paradigmas empresariales, se hace necesario que los nuevos modelos de negocio encuentren nuevas formas de revelar información financiera y no financiera que sea relevante para la toma de decisiones de los diferentes grupos de interés, es así como han surgido tendencias que sugieren que la manera tradicional de difusión de información a través de informes que sólo revelen información financiera ha quedado en la obsolescencia y por ello al buscar satisfacer las nuevas necesidades de información integral, se han encontrado novedosas formas de reporte que dan cuenta de otras dimensiones de las empresas con el enfoque de generación de valor.

Dada la importancia del sector comercio en la economía colombiana, surge la necesidad de identificar la tendencia a presentar información relativa a la sostenibilidad y generación de valor en las empresas del sector comercio en Colombia para así determinar las pautas que se siguen en Colombia en la elaboración de los reportes corporativos y poner a disposición de los interesados en este tipo de revelación el estudio realizado.

En virtud de lo anteriormente expresado, el objetivo del presente capítulo es caracterizar la elaboración y divulgación de los reportes corporativos en el sector comercial de Colombia, para ello, se identifican las empresas más grandes de este sector según su número de ingresos operacionales a 31 de diciembre de 2018, para posteriormente caracterizar la producción de informes de sostenibilidad y reportes integrados que las empresas analizadas han elaborado en el periodo 2013 – 2018.

Fundamentación teórica

El Sector Comercial en Colombia

El sector comercial es aquel que agrupa a las personas naturales y jurídicas dedicadas a la venta y distribución (comercialización) de bienes y productos, ya sea en pequeñas o grandes cantidades. Las empresas dedicadas a esta actividad comercial se caracterizan por ubicarse en distintos lugares físicos para desarrollar su objeto social, ya sea en galerías, centros comerciales, plazas de mercado, entre algunos otros (Revista Gerente, 2019).

Un aspecto diferenciador de las empresas del sector comercial con otras empresas de diferentes sectores económicos consiste en que las primeras no realizan transformación de materia prima, puesto que su fin único es el de ser intermediario entre el productor y el consumidor final. En este sentido, las empresas comerciales se encargan de comprar mercancías y luego venderlas a consumidores finales o a un segmento específico de clientes. Sin embargo, algunas de ellas pueden ser productoras y distribuidoras al mismo tiempo.

La Revista Semana estableció en uno de sus artículos del 26 de mayo de 2019, tres categorías en las cuales se pueden clasificar las empresas. En primer lugar, están las empresas comisionistas, las cuales se dedican a comercializar productos, recibiendo una comisión por ello, pero no necesariamente requieren de inventarios, como tampoco de sitios de almacenaje; en segundo lugar, están las empresas minoristas, las cuales son los negocios pequeños familiares, ubicados en lugares específicos para ciertos nichos de mercado; en tercer lugar, están las empresas mayoristas, las cuales tienen un amplio nicho de mercado, puesto que buscan suplir las necesidades de clientes empresariales a gran escala (Publicaciones Semana S.A., 2018).

Reseña histórica del sector comercial en Colombia

Desde inicios de la civilización, el hombre con el fin de suplir sus necesidades se ha visto en la búsqueda constante de satisfacerlas, ha recurrido a la caza, a la agricultura y al trueque. En América Latina, dicho canje, se basaba en el intercambio de productos, utilizando como moneda de transacción la semilla de cacao. A comienzos de la época de la colonia los principales bienes de intercambio fueron el oro, el algodón y las mantas, productos por los cuales, los muiscas intercambian sus bienes disponibles (alimentos agrícolas, pescado, carne, algodón, mantas, oro, cerámicas, etc.), al igual que la sal, que era traída desde el atlántico (Pérez y Gardey, 2010).

Luego de la conquista española ese intercambio se basaba en alhajas y baratijas por parte de los españoles, y de oro, esmeraldas y piedras preciosas por parte de los nativos. Para la época de la colonia, los españoles aprovechando esa ventaja, convirtieron esa economía en monoprodutora y monoexportadora, puesto que la misma se basaba en la producción y venta de café, relegando las mejores tierras solo al cultivo de este (Pérez y Gardey, 2010).

A inicios del siglo XVIII el Nuevo Reino de Granada, fue un dominio pujante, basado en una economía natural, en el cual el productor tomaba de sus bienes para su manutención. Así mismo, el sector minero, proporcionaba gran parte de la riqueza del virreinato, puesto

que transaba con la corona el oro a cambio de bienes de lujo y otros artículos. Los productos que se transaban dentro de esa económica eran el tabaco, el cacao, el ganado y la sal entre otros. La corona a su vez permitía monopolios de sal, tabaco y aguardiente en la comunidad, donde una parte importante era para el consumo local y el restante para el tributo (Meisel, Ramirez, y Etter, 2015).

Después de muchos cambios en las dinámicas de la economía colombiana, entre los años setenta y ochenta, el comercio minorista empezó a ser dominado por las grandes cajas de compensación, así como también por los centros comerciales, puesto que en este periodo nacen dos de los grandes centros comerciales del país, los cuales son San Diego en Medellín y Unicentro en Bogotá. Este acontecimiento da inicio al agrupamiento de los comerciantes en un solo punto geográfico, provocando mayor cantidad de ofertas y un mayor número de clientes potenciales.

Así mismo, empresas como el Éxito, que eran grupos familiares y se encontraban en una sola región veían como grupos de Almacenes Unidos, aumentaban su presencia en varias regiones del país con distintos tipos de nombres (Superley, Superkids y Pomona), llegando así a toda la población colombiana. Sin embargo, por este periodo, grandes cadenas de almacenes como Cadenalco y Éxito, se empezaron a enfrentar a una guerra comercial, a la cual, se sumarian cadenas comerciales como Carulla, La 14 y Olímpica. A partir de allí, nacieron las grandes superficies comerciales, permitiendo a los clientes encontrar una gran variedad de productos de acuerdo con sus necesidades, provocando así, la reducción de costos para los colombianos.

Evolución del sector comercio en el contexto de la economía colombiana

En el gobierno de Cesar Gaviria (1990 – 1994), se inició la apertura económica en Colombia, permitiendo el ingreso de capitales y productos extranjeros al país; esto provocó que los comerciantes ampliaran la diversificación de sus productos nacionales, ayudando así al crecimiento de sus ganancias. Sin embargo, no ocurrió lo mismo con la industria nacional.

En la tabla 1, se establece el comparativo de la composición del Producto Interno Bruto (PIB) colombiano desde que inicia la apertura económica hasta la actualidad (1991 – 2017). Allí se evidencia que sectores como la industria manufacturera, la silvicultura, la pesca, la caza, el sector agropecuario, el transporte y las comunicaciones, han perdido relevancia en el PIB del país en relación con el año 2017. Así mismo, actividades comerciales como la explotación de minas y canteras, los servicios públicos, los servicios financieros, los servicios sociales, los servicios hoteleros, la construcción, el comercio, y los restaurantes aumentaron de manera significativa su participación dentro del PIB del país.

Tabla 1. Comparativo de la composición del PIB en Colombia en el periodo 1991 – 2017.

	1991	2017
Agropecuario, silvicultura, pesca y caza	22,30%	6,30%
Explotación de minas y canteras	4,50%	6,10%
Industria Manufacturera	21,10%	10,90%
Electricidad, gas y agua	1,10%	3,30%
Construcción	2,90%	7,20%
Comercio, restaurantes y hoteles	11,30%	12,20%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	8,80%	7%
Sector Financiero	15%	21,20%
Servicios comunales, sociales y personales	13,10%	15,60%

Fuente: adaptado de Revista Dinero (2018).

Ya en los inicios del siglo XXI, las grandes superficies aumentan su influencia en el sector comercial, diversificando su portafolio en almacenes dedicados a la venta de electrodomésticos y tecnología, así como también en industrias automotrices, claro ejemplo de ello son empresas como Alkosto, K-tronix y AKT, entre algunas otras. Sin embargo, estas empresas ingresan al mercado con un nuevo formato (tiendas de conveniencia), intentando parecerse a tiendas minoristas, acercando su presencia a los consumidores y permitiendo la existencia de jugadores foráneos tales como la chilena Cencosud, la mexicana Oxxo y el grupo francés Casino. Sin embargo, es este último, quien compraría a Almacenes Éxito en más de un 80%.

Ante esta situación, las tiendas minoristas se fortalecieron y representan en la actualidad el 50% en las compras de consumo masivo en las familias colombianas, puesto que dejaron de comercializar víveres y alimentos, para pasar a ampliar su oferta comercial (Revista Gerente, 2019). A excepción de algunos inversionistas extranjeros, que reconocieron el potencial de Colombia para la comercialización, por ello empresas como Price Smart, introdujeron en el país el modelo de compras por membresías, tal y como lo intentó la cadena Makro años atrás; más este mecanismo no tuvo suficiente aceptación por parte del público colombiano. Así las cosas, Colombia también se ha visto envuelta en las ventas a través del comercio electrónico, puesto que esta nueva forma de comercio ha representado el dos por ciento de las ventas totales del país (Publicaciones Semana S.A., 2014).

Debido a esta dinámica de mercado han ingresado al país grandes cadenas de retail, tales como Falabella, Ripley, La Polar, Mall plaza y Easy, dando un giro total al concepto comercial, en los cuales participan empresarios como Pedro Gómez, Luis Carlos Sarmiento y Ospina & Cía. (Publicaciones Semana S.A., 2018). De esta manera, en Colombia se han instaurado grandes empresas comerciales que en un momento eran impensables para el país.

Así mismo, el sector comercial en Colombia ha presentado grandes uniones como por ejemplo Sodimac y Falabella que, en conjunto con el Grupo Corona, abarcaron un nuevo sector casi olvidado para las familias colombianas, el cual es el sector ferretero y

de productos para el hogar, generando un aumento en las ventas de estos productos en un 25%. Por otro lado, almacenes de cadena como Almacenes Éxito y Cadenalco, también se fusionaron dando mayor cobertura a los colombianos. Otro punto que se debe destacar es la compra de Carulla por parte de Almacenes Éxito para cubrir los estratos altos y ofrecer una variedad de productos importados a este segmento (Publicaciones Semana S.A., 2018).

Es así, como se vislumbra que el crecimiento del sector comercial en Colombia no solo ha presentado avances en el interior del país, puesto que se han creado sucursales de almacenes de cadena colombianos en el exterior, como el almacén Tía en Ecuador y Grupo Éxito en Uruguay, adquiriendo así a los almacenes Devoto y Disco. Así mismo, se han creado almacenes de cadena que manejan bajos costos o también conocidos como “tiendas de conveniencia”, tales como las tiendas D1 (quien hace poco llegó a su tienda número 1.000 a nivel nacional), Justo y Bueno, y Tiendas Ara, las cuales se han consolidado como la competencia directa de las grandes superficies comerciales (Revista Semana, 2019).

De esta manera, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) publicó la Encuesta Anual de Comercio (EAC) en noviembre de 2018, en la cual establece que para el 2017:

El comercio al por mayor participó con el 52,0% de las ventas (130,3 billones), seguido por el comercio al por menor (35,8%) con 89,7 billones y el comercio de vehículos automotores, motocicletas, sus partes y piezas (12,2%) con 30,5 billones de pesos. En 2017, del total de la producción bruta (54,6 billones de pesos), la mayor participación la tuvo el comercio al por mayor con 56,7%, correspondientes a 31,0 billones de pesos, seguido por el comercio al por menor con una participación de 32,7% y un monto de 17,9 billones de pesos, y las empresas dedicadas a la venta de vehículos automotores, motocicletas, sus partes, piezas y accesorios con una participación del 10,7% de la producción bruta y un valor de 5,8 billones de pesos. El comercio al por mayor presentó la mayor participación del consumo intermedio (52,1%), seguido por el comercio al por menor (38,8%) y el comercio de vehículos automotores y motocicletas, sus partes, piezas y accesorios (9,2%) (DANE, 2018, p. 3).

Así mismo, la EAC tiene en cuenta a los grandes almacenes, a los hipermercados minoristas y al comercio de vehículos automotores, puesto que establece que, para el primer trimestre de 2017, los inventarios reales disminuyeron 0,5 %, comparados con el mismo trimestre de 2016. Pero que, sin embargo, los cuatro trimestres del año 2017 y el primer trimestre de 2018, se caracterizaron por presentar aumentos en un 7% (DANE, 2018).

Ahora bien, los grupos de mercancías que presentaron mayor variación anual en las ventas reales del 2017 fueron electrodomésticos y muebles para el hogar con 12,6%; artículos de ferretería, vidrios y pinturas con 13,4%; repuestos y accesorios para vehículo con 9,8% y alimentos y bebidas no alcohólicas con 7,6 %. Por otro lado, para el primer trimestre de 2019, las ventas reales del comercio minorista de Bogotá aumentaron 4,3% y el personal ocupado 2,1%, en comparación con el mismo trimestre del año anterior. (DANE, 2018).

Otro punto importante que establece la EAC es el mercado saturado del sector automotriz, puesto que ha presentado disminuciones en ventas en un 3,1% en relación con

el periodo 2018- 2017, de los cuales 44,6 % de las unidades de vehículos comercializadas fue de producción nacional y 55,3 %, de origen extranjero.

En el año 2018, la encuesta de Micro establecimientos realizada por el DANE investigó 33.013 unidades económicas en las 24 ciudades principales del país y sus áreas metropolitanas, de los cuales 20.086 pertenecían al sector comercio, 9.667 al sector servicios y 3.260 a la industria. Estos micro establecimientos ocupaban 72.691 personas, de las cuales 39.998 estaban vinculadas al comercio, 23.517 a los servicios y 9.176 a la industria (DANE, 2018).

Metodología

La metodología utilizada en este capítulo se desarrolla desde el paradigma cualitativo, que según Martínez (2006), busca identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones, lo que se adapta a las intenciones de caracterizar la elaboración de los reportes corporativos (informes de gestión, informes de sostenibilidad y reportes integrados) en el sector comercial de Colombia, que busca esta investigación.

Para ello, la técnica de investigación usada es la observación y la revisión periódica de los reportes corporativos anuales publicados por las empresas analizadas pertenecientes a este sector. El periodo de observación de estas publicaciones corresponde a seis años, iniciando en el año 2013, fecha en la cual se publica el Marco Internacional de Reporte Integrado hasta el año 2018.

Las empresas que son el objeto de estudio de esta investigación fueron seleccionadas gracias al informe titulado: “*Comportamiento de las 1000 empresas más grandes del sector real, por ingresos operacionales*” que publicó la Superintendencia de Sociedades en el mes de mayo del presente año (2019) en su página web. Este estudio es un análisis de las 1.000 empresas más grandes de Colombia según sus ingresos operacionales a 31 de diciembre de 2018.

En este sentido, la Superintendencia de Sociedades publicó esta información en un archivo en formato xml, donde se establece información más específica de las empresas, entre ellas, el número de identificación tributario (NIT), la entidad supervisora, el departamento de domicilio, el macro sector al cual pertenecen, el código CIU y el grupo NIIF al cual estas empresas pertenecen. Adicionalmente, en este archivo se encuentra la información contable de estas empresas a 31 de diciembre de 2018 distribuida en cinco columnas (ingresos operacionales, resultado del periodo, total de activos, total pasivos y total patrimonio). De igual forma, esta base de datos establece la misma información contable a 31 de diciembre de 2017, permitiendo así contrastar y comparar las cifras reportadas por estas empresas para analizar su posicionamiento en el mercado.

Los criterios usados para depurar la información del archivo mencionado y establecer las empresas que fueron objeto de estudio de esta investigación estuvieron enfocados a seleccionar las cien (100) empresas que encabezan este informe, las cuales son las empresas más grandes de Colombia a 31 de diciembre de 2018.

Una vez establecidas las empresas, se realizó la clasificación de estas según los sectores económicos a los cuales pertenecen, para esto el criterio de selección fue la columna titulada “Macrosector” de la base de datos de la Superintendencia de Sociedades. Allí se seleccionó el macrosector correspondiente a las empresas del sector comercial, de las cuales se obtuvieron treinta y una empresas.

Una vez fueron identificadas estas, se realizó la búsqueda de los reportes corporativos que las mismas han elaborado en el periodo de observación 2013 – 2018. Como se mencionó anteriormente, este periodo fue determinado con base en la publicación del Marco Internacional del Reporte Integrado, pues es en el año 2013 cuando se establecieron los parámetros para su elaboración. La búsqueda de los reportes corporativos anuales de estas empresas se realiza de dos formas: la primera, en la página web de cada una de estas; la segunda, en la base de datos de divulgación del GRI, la cual proporciona acceso gratuito a los informes de sostenibilidad publicados por las empresas. La información recogida en este proceso es clasificada en tres categorías, a saber: NA (No Aplica), RI (Reporte Integrado) e IS (Informe de Sostenibilidad).

Una vez es captada la información de la elaboración y divulgación de los reportes corporativos en las empresas más grandes de Colombia en el 2018 que pertenecen al sector comercial se realizan los análisis correspondientes para establecer las tendencias de este sector en la elaboración y divulgación de información no financiera.

Resultados de la investigación

Como se mencionó anteriormente, fueron treinta y una (31) empresas analizadas pertenecientes al sector comercial. En la tabla 2, se realiza una presentación de los aspectos generales de estas; la primera columna hace referencia a la posición de las mil empresas más grandes del país según el estudio realizado por la Superintendencia de Sociedades (2019). Así mismo, se puede identificar que las ciudades de domicilio donde estas empresas están ubicadas en la ciudad capital del país. Así mismo, se presenta la tabla 3, la cual establece la información financiera de las empresas a 31 de diciembre de 2018, estableciendo los ingresos operacionales, el resultado del ejercicio, el total de activos, pasivos y patrimonio de estas empresas, los cuales son expresados en pesos colombianos.

Tabla 2. Descripción de las empresas pertenecientes al sector comercial.

No.	Razón Social	Ciudad Domicilio	CHI
2	Organización Terpel S.A.	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4661 - Comercio al por mayor de combustibles sólidos, líquidos, gaseosos y productos conexos.
4	Almacenes Éxito S.A.	Envigado-Antioquia	G4711 - Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco.
10	Supertiendas Y Droguerías Olímpica S.A.	Barranquilla-Atlántico	G4711 - Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco.
13	Primax Colombia S.A.	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4661 - Comercio al por mayor de combustibles sólidos, líquidos, gaseosos y productos conexos.
14	Colombiana De Comercio S.A.	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4719 - Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (viveres en general), bebidas y tabaco.
17	Kopps Commercial SAS	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4632 - Comercio al por mayor de bebidas y tabaco.
18	C.I. Trafigura Petroleum Colombia SAS	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4661 - Comercio al por mayor de combustibles sólidos, líquidos, gaseosos y productos conexos.
22	Koba Colombia SAS	Tocancipá-Cundinamarca	G4711 - Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco.
23	Cencosud Colombia S.A.	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4711 - Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco.
24	Telmex Colombia S.A.	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4690 - Comercio al por mayor no especializado.
26	Sodimac Colombia SA	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4774 - Comercio al por menor de otros productos nuevos en establecimientos especializados.
28	Chevron Petroleum Company	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4661 - Comercio al por mayor de combustibles sólidos, líquidos, gaseosos y productos conexos.
32	Grupo Aval Acciones Y Valores S.A.	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4799 - Otros tipos de comercio al por menor no realizado en establecimientos puestos de venta o mercados.
38	Samsung Electronics Colombia S.A.	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4652 - Comercio al por mayor de equipo, partes y piezas electrónicos y de telecomunicaciones.
43	Biocombustibles S.A. – Biomax	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4661 - Comercio al por mayor de combustibles sólidos, líquidos, gaseosos y productos conexos.
47	Jerónimo Martins Colombia	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4711 - Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco.

Fuente: adaptado de Superintendencia de Sociedades (2019).

Tabla 2. Descripción de las empresas pertenecientes al sector comercial. (Continuación).

No.	Razón Social	Ciudad Domicilio	CIU
50	Gunvor Colombia Ci SAS	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4661 - Comercio al por mayor de combustibles sólidos, líquidos, gaseosos y productos conexos.
51	Audifarma SA	Pereira-Risaralda	G4645 - Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador.
55	Falabella De Colombia S.A.	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4719 - Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general), bebidas y tabaco.
56	Distracom S.A.	Medellín-Antioquia	G4731 - Comercio al por menor de combustible para automotores.
65	Droguerías Y Farmacias Cruz Verde SAS	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4773 - Comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en establecimientos especializados.
68	Mercadería SAS	CHIA- CUNDINAMARCA	G4711 - Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco.
73	Tecnoquímicas S.A.	Cali-Valle	G4645 - Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador.
76	Automotores Toyota Colombia SAS	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4511 - Comercio de vehículos automotores nuevos.
85	Distribuidora Nissan S.A.	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4511 - Comercio de vehículos automotores nuevos.
87	Masser S.A.S.	Barranquilla- Atlántico	G4731 - Comercio al por menor de combustible para automotores.
88	Vitol Colombia C.I S A S	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4661 - Comercio al por mayor de combustibles sólidos, líquidos, gaseosos y productos conexos.
89	Unilever Andina Colombia Ltda.	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4645 - Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador.
93	Makro Supermayorista S.A.S.	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4690 - Comercio al por mayor no especializado.
95	C.I.J. Gutiérrez Y Cía. S. A	Medellín-Antioquia	G4669 - Comercio al por mayor de otros productos n.c.p.
100	Lg Electronics Colombia Ltda.	Bogotá-D.C.-Bogotá D.C.	G4644 - Comercio al por mayor de aparatos y equipo de uso doméstico.

Fuente: adaptado de Superintendencia de Sociedades (2019).

Tabla 3. Información financiera de las empresas analizadas.

No.	Razón Social	Ingresos Operacionales 2018*	Ganancia (Pérdida) 2018	Total Activos 2018	Total Pasivos 2018	Total Patrimonio 2018
2	Organización Terpel S.A.	\$ 14.879.440.281	\$ 133.741.350	\$ 5.488.095.686	\$ 3.525.498.461	\$ 1.962.597.225
4	Almacenes Éxito S.A.	\$ 11.444.486.000	\$ 279.403.000	\$ 15.663.349.000	\$ 8.013.609.000	\$ 7.649.740.000
10	Supertendidas Y Droguerías Olímpica S.A.	\$ 6.158.207.111	\$ 82.594.694	\$ 3.992.450.101	\$ 2.646.443.658	\$ 1.346.006.443
13	Primax Colombia S.A.	\$ 5.906.508.047	\$ 126.069.745	\$ 1.384.963.175	\$ 1.009.942.475	\$ 375.020.700
14	Colombiana De Comercio S.A.	\$ 5.773.518.009	\$ 190.841.884	\$ 3.166.454.185	\$ 1.456.830.276	\$ 1.709.623.909
17	Kopps Commercial S.A.S	\$ 4.680.238.004	\$ 194.345.714	\$ 2.808.783.241	\$ 2.511.406.497	\$ 297.376.744
18	C.I. Trafifigura Petroleum Colombia SAS	\$ 4.624.910.164	\$ 3.827.980	\$ 467.607.695	\$ 449.930.622	\$ 17.677.073
22	Koba Colombia SAS	\$ 3.811.484.857	\$ -25.111.595	\$ 722.379.883	\$ 799.380.037	\$ -77.000.154
23	Cencosud Colombia S.A.	\$ 3.772.463.923	\$ -109.706.088	\$ 6.256.674.395	\$ 1.747.187.356	\$ 4.509.487.039
24	Telmex Colombia S.A.	\$ 3.753.099.408	\$ 360.902.243	\$ 5.593.999.692	\$ 1.227.746.170	\$ 4.366.253.522
26	Sodimac Colombia SA	\$ 3.622.711.680	\$ 177.837.043	\$ 2.493.870.730	\$ 1.301.606.012	\$ 1.192.264.718
28	Chevron Petroleum Company	\$ 3.596.391.000	\$ 144.536.000	\$ 1.299.100.000	\$ 1.102.361.000	\$ 196.739.000
32	Grupo Aval Acciones Y Valores S.A.	\$ 3.150.418.000	\$ 2.887.749.000	\$ 20.282.237.000	\$ 2.060.596.000	\$ 18.221.641.000
38	Samsung Electronics Colombia S.A.	\$ 2.636.602.189	\$ 13.326.552	\$ 1.345.500.621	\$ 1.198.714.770	\$ 146.785.851
43	Biocombustibles S.A. – Biomax	\$ 2.407.436.665	\$ 67.875.223	\$ 709.655.278	\$ 431.234.930	\$ 278.420.348
47	Jerónimo Martins Colombia	\$ 2.259.151.269	\$ -384.600.460	\$ 1.646.322.370	\$ 1.578.292.386	\$ 68.029.984
50	Gunvor Colombia Ci SAA	\$ 2.039.635.076	\$ 2.886.353	\$ 164.354.785	\$ 160.614.564	\$ 3.740.221
51	Audifarma SA	\$ 2.038.983.194	\$ 11.522.593	\$ 1.449.498.022	\$ 1.209.012.689	\$ 240.485.333
55	Falabella De Colombia S.A.	\$ 1.882.300.829	\$ 15.200.709	\$ 1.038.433.329	\$ 670.638.736	\$ 367.794.593
56	Distracon S.A.	\$ 1.851.017.938	\$ 38.095.368	\$ 947.251.651	\$ 390.395.319	\$ 556.856.332
65	Droguerías Y Farmacias Cruz Verde SAS	\$ 1.696.871.205	\$ 38.694.540	\$ 850.716.785	\$ 623.002.638	\$ 227.714.147
68	Mercadería SAS	\$ 1.648.073.135	\$ -215.778.445	\$ 446.010.649	\$ 597.543.383	\$ -151.532.734

Fuente: adaptado de Superintendencia de Sociedades (2019).

Tabla 3. Información financiera de las empresas analizadas. (Continuación).

No.	Razón Social	Ingresos Operacionales 2018*	Ganancia (Pérdida) 2018	Total Activos 2018	Total Pasivos 2018	Total Patrimonio 2018
73	Tecnoquímicas S.A.	\$ 1.595.121.803	\$ 198.911.761	\$ 1.985.984.451	\$ 755.052.175	\$ 1.230.932.276
76	Automotores Toyota Colombia SAS	\$ 1.560.110.009	\$ 93.592.401	\$ 322.815.419	\$ 199.433.421	\$ 123.381.998
85	Distribuidora Nissan S.A.	\$ 1.417.995.463	\$ 43.132.087	\$ 727.617.308	\$ 395.842.968	\$ 331.774.340
87	Masser S.A.S.	\$ 1.404.594.686	-\$ 4.010.379	\$ 46.585.831	\$ 39.816.279	\$ 6.769.552
88	Vitol Colombia C.I S A S	\$ 1.382.039.268	\$ 1.536.620	\$ 435.725.813	\$ 374.097.047	\$ 61.628.766
89	Unilever Andina Colombia Ltda.	\$ 1.359.812.224	\$ 196.016.990	\$ 760.764.260	\$ 367.248.616	\$ 393.515.644
93	Makro Supermayorista S.A.S.	\$ 1.308.412.350	-\$ 25.428.023	\$ 1.021.804.609	\$ 333.084.362	\$ 688.720.247
95	C.I.J. Gutiérrez Y Cía. S. A	\$ 1.262.362.005	\$ 14.992.393	\$ 166.838.285	\$ 79.551.219	\$ 87.287.066
100	Lg Electronics Colombia Ltda.	\$ 1.209.218.872	\$ 867.366	\$ 478.249.418	\$ 451.921.084	\$ 26.328.334

Fuente: adaptado de Superintendencia de Sociedades (2019).

De acuerdo con la tabla 3, se puede establecer que las empresas más grandes del país pertenecientes al sector comercial tienen un promedio de tres mil cuatrocientos veinte millones de pesos en ingresos operacionales, evidenciando un aumentado en un 121% comparado con los ingresos operacionales del año 2017 (Superintendencia de Sociedades, 2019).

De esta manera, de las 31 empresas que se tomaron como población objeto de estudio, solo seis de ellas reportaron pérdidas en el 2017 por un total de noventa y cinco millones de pesos, generando una disminución del 13% en cuanto a resultados negativos del periodo, puesto que en el 2017 en comparación con el 2018, siete empresas presentaron resultados similares, pasando a una pérdida en promedio de ciento veintisiete millones de pesos.

Una vez se identificaron estas empresas se realizó la búsqueda de los reportes corporativos que éstas han elaborado en el periodo de observación 2013 – 2018. A partir de allí, se realizó la búsqueda de los reportes corporativos anuales de estas empresas de dos formas: la primera, en la página web de cada una de estas; la segunda, en la base de datos de divulgación del GRI. Los resultados de este proceso de búsqueda son clasificados y presentados en la tabla 4, bajo cuatro categorías, a saber: NA (No aplica), RI (Reporte Integrado) e IS (Informe de Sostenibilidad).

Tabla 4. Elaboración de Reportes Corporativos en las empresas colombianas del Sector Comercial.

No.	Razón Social	2013	2014	2015	2016	2017	2018
2	Organización Terpel S.A.	IS	IS	IS	IS	IS	IS
4	Almacenes Éxito S A	NA	IG	IG	RI	RI	RI
10	Supertiendas Y Droguerías Olímpica S.A	NA	NA	NA	NA	NA	NA
13	Primax Colombia S.A.	NA	RS	NA	NA	NA	NA
14	Colombiana de Comercio S.A.	NA	NA	NA	NA	NA	NA
17	Kopps Commercial S A S	NA	NA	NA	NA	NA	NA
18	C.I. Trafigura Petroleum Colombia SAS	NA	NA	NA	NA	NA	RS
22	Koba Colombia SAS	NA	NA	NA	NA	NA	NA
23	Cencosud Colombia S.A.	NA	NA	NA	NA	NA	NA
24	Telmex Colombia S.A.	NA	NA	IS	IS	IS	NA
26	Sodimac Colombia S.A.	RS	RS	RS	RS	RS	RS
28	Chevron Petroleum Company	IG	IG	IG	IG	IG	IG
32	Grupo Aval Acciones Y Valores S A	NA	NA	NA	IG	IG	IG
38	Samsung Electronics Colombia S.A.	IS	IS	IS	IS	IS	IS
43	Biocombustibles S.A. – Biomax	IG	IG	IG	IG	IG	IG
47	Jerónimo Martins Colombia	NA	NA	NA	NA	NA	NA
50	Gunvor Colombia Ci SAS	NA	NA	NA	NA	NA	NA
51	Audifarma SA	NA	NA	NA	IS	IS	IS
55	Falabella De Colombia S.A.	RS	RS	RS	RS	RS	RS
56	Distracom S.A.	NA	NA	NA	NA	NA	NA
65	Droguerías Y Farmacias Cruz Verde SAS	NA	NA	NA	NA	NA	NA

Fuente: elaboración propia (2019).

Tabla 4. Elaboración de Reportes Corporativos en las empresas colombianas del Sector Comercial. (Continuación).

No.	Razón Social	2013	2014	2015	2016	2017	2018
68	Mercadería SAS	NA	NA	NA	NA	NA	NA
73	Tecnoquímicas S.A.	NA	NA	NA	NA	NA	NA
76	Automotores Toyota Colombia SAS	NA	NA	NA	NA	NA	NA
85	Distribuidora Nissan S.A.	NA	NA	NA	NA	NA	NA
87	Masser S.A.S.	NA	NA	NA	NA	NA	NA
88	Vitol Colombia C.I S A S	NA	NA	NA	NA	NA	NA
89	Unilever Andina Colombia Ltda.	IS	IS	IS	IS	IS	IS
93	Makro Supermayorista S.A.S.	NA	IS	IS	IS	IS	NA
95	C.I J. Gutiérrez Y Cía. S.A.	NA	NA	NA	NA	NA	NA
100	LG Electronics Colombia Ltda.	IS	IS	IS	IS	IS	IS

Fuente: elaboración propia (2019).

Con base en la tabla anterior se realiza la cuantificación de los reportes corporativos de las empresas analizadas para identificar la cantidad de reportes que se realizaron con relación a los Informes de Sostenibilidad y a los Reportes Integrados, así mismo se identifica la cantidad de reportes corporativos que se dejaron de elaborar. Estos resultados son presentados por año en la tabla 5.

Tabla 5. Caracterización de los Reportes Corporativos realizados en el periodo 2013 – 2018 por las empresas analizadas del sector comercial.

Reporte Corporativo	2013	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
Reporte Integrado (RI)	0	0	0	1	1	1	3
Informe de Sostenibilidad (IS)	4	5	6	7	7	5	34
Reportes no realizados (NA)	27	26	25	23	23	25	149

Fuente: elaboración propia (2019).

En este orden de ideas, la Tabla 5, permite establecer que la tendencia a elaborar reportes integrados ha sido baja puesto que, de las 31 empresas analizadas, solo una de ellas elabora y divulga reportes integrados desde el año 2016, es decir, tres años después de publicado el Marco Internacional de Reporte Integrado. Esta empresa es Almacenes Éxito S.A., siendo esta empresa constante en esta actividad.

Por otro lado, se puede establecer que la tendencia a elaborar informes de sostenibilidad ha estado en crecimiento, puesto que desde el 2013 la tendencia a elaborar estos tipos de informes ha aumentado. En las empresas que han presentado este tipo de informes se encuentran la Organización Terpel, Telmex Colombia S.A., Samsung Electronics Colombia

S.A, Audifarma S.A, Unilever Andina Colombia Ltda. y LG Electronics Colombia Ltda. Sin embargo, en el año 2018 la elaboración de informes de sostenibilidad presentó disminuciones, esto se debe a que algunas de ellas divulgan sus informes hasta finalizar el siguiente periodo. Adicionalmente, las gráficas 1 y 2, permiten evidenciar que las empresas más grandes del sector comercial en Colombia no elaboran reportes corporativos, siendo este dato un factor preocupante frente a la rendición de cuentas de información no financiera de cara a las necesidades de los diferentes grupos de interés.

Gráfica 1. Elaboración de los Reportes Corporativos realizados en el periodo 2013 – 2018 por las empresas analizadas del sector comercial.

Fuente: elaboración propia (2019).

Elaboración de los Reportes Corporativos realizados en el periodo 2013 – 2018 por las empresas analizadas del sector comercial.

Gráfica 2. Caracterización de los Reportes Corporativos realizados en el periodo 2013 – 2018 por las empresas analizadas del sector comercial.

Fuente: elaboración propia (2019).

La grafica 2, establece que de las 31 empresas analizadas del sector comercial en el periodo 2013 – 2018, la elaboración y divulgación de reportes integrados solo representa un 1,6%, mientras que los informes de sostenibilidad representan un 18,3%. Por su parte, los reportes corporativos que se dejaron de emitir representan un 80,1%, cifra alarmante para los diversos grupos de interés.

Ahora bien, al realizar una comparación de la elaboración y divulgación de los reportes integrados frente a los informes de sostenibilidad se evidencia que el sector comercial colombiano empezó tarde la producción de reportes integrados, pues solo fue hasta tres años después de publicado el Marco Internacional que surgió esta actividad por una sola empresa de las analizadas. Por su parte los informes de sostenibilidad han tenido un incremento en su producción desde el 2013 hasta el 2017. Sin embargo, en el 2018 presentaron disminuciones, que como se indicó antes posiblemente es porque a la fecha no han sido elaborados. Estos resultados se presentan en la gráfica 3.

Gráfica 3. Comparativo de la elaboración de los Reportes Integrados en relación con los Informes de Sostenibilidad en el periodo de 2013 – 2018.

Fuente: Elaboración propia (2019).

Conclusiones

A través de este apartado, se pudo evidenciar que el sector comercial ha sufrido cambios significativos a lo largo de la historia y de la economía colombiana, convirtiéndose así en uno de los sectores económicos con mayor crecimiento. Por ello, es indispensable conocer los campos de acción y las principales actividades que componen este sector económico.

Frente a la elaboración y divulgación de los reportes corporativos: reportes integrados e informes de sostenibilidad se pudo evidenciar que la revelación de información no financiera en el sector comercial de Colombia es baja puesto que las empresas más grandes del país no se han preocupado por este tipo de divulgación.

De las 31 empresas analizadas, solo una de ellas ha elaborado Reportes Integrados durante tres periodos consecutivos, mientras que existe un promedio de seis empresas

que han elaborado informes de sostenibilidad en periodos continuos. Estos resultados tan escasos dan cuenta de la necesidad de fortalecer el sector comercial frente a la divulgación no financiera, pues se hace necesario que estas empresas empiecen a atender las necesidades del mercado frente a la Responsabilidad Social Corporativa, la medición de los impactos económicos, sociales y ambientales, la generación de valor en el tiempo, el reconocimiento de diversos tipos de capital aparte del financiero, la identificación de los riesgos y oportunidades futuras, entre algunos otros.

Referencias bibliográfica

- DANE. (22 de Marzo de 2018). *Boletín Técnico Encuesta mensual de comercio al por menor*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/industria/microestablecimientos>.
- Grupo Exito. (20 de Marzo de 2019). *Informe de Sostenibilidad - Grupo Exito*. Obtenido de <https://www.terpel.com/Global/Sostenibilidad/informe-de-sostenibilidad-2018.pdf>.
- Pérez, J. y Gardey, A. (17 de Octubre de 2010). *Definición de Truque*.
- Martínez, M. (2006). *La investigación Cualitativa (síntesis Conceptual)*. IIPSI, 9(1). Obtenido de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/investigacion_psicologia/v09_n1/pdf/a09v9n1.pdf.
- Meisel, A., Ramírez, M. y Etter, A. (2015). *La Economía colonial de la Nueva Granada*. En R. M. Meisel Adolfo, *La Economía colonial de la Nueva Granada* (pág. 399). Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Organización Terpel S.A. (23 de Marzo de 2019). *Informe de sostenibilidad 2018 - Terpel*. Obtenido de <https://www.terpel.com/Global/Sostenibilidad/informe-de-sostenibilidad-2018.pdf>.
- Publicaciones Semana S.A. (15 de Septiembre de 2014). *Revista Dinero*. Obtenido de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/cadena-almacenes-pricesmart/196711>.
- Publicaciones Semana S.A. (06 de Junio de 2018). *Revista Semana On line - De compras*. Obtenido de <https://www.semana.com/100-empresas/articulo/historia-del-sector-comercial-en-colombia/427309-3>.
- Revista Dinero. (22 de Febrero de 2018). *Así cambió la economía en 28 años de apertura*. Revista Dinero.
- Revista Gerente. (23 de Agosto de 2019). *Gerente.com*. Obtenido de <http://gerente.com/co/mas-de-la-mitad-del-consumo-masivo-en-colombia-se-mueve-en-las-tiendas-de-barrio/>.
- Revista Gerente. (25 de Julio de 2019). *Revista Gerente.com*. Obtenido de <http://gerente.com/co/eden-centro-comercial-llegara-mucho-entretenimiento-2019/>.

Revista Semana. (7 de Julio de 2019). *Revista Semana On Line - D1 llegó a su tienda 1.000*. Obtenido de <https://www.semana.com/economia/articulo/d1-abre-su-tienda-numero-1000/622358>.

Superintendencia de Sociedades. (2019). *Comportamiento de las 1.000 empresas más grandes del sector real por ingresos operacionales*. Bogotá.

Superintendencia de Sociedades. (22 de Mayo de 2019). *Informe de las 1000 empresas mas grandes*. Obtenido de <https://www.supersociedades.gov.co/SitePages/Inicio.aspx>.

Supertiendas y Droguerías Olímpica S.A. (12 de Marzo de 2018). *Informe de Gestión / 2017 Olímpica*. Obtenido de http://www.olimpica.com/wp-content/uploads/2018/04/Informe-de-gestio%CC%81n_2017.pdf.