

**CASOS DE HISTORIA EMPRESARIAL:
SUCROAL S.A- TECNOQUÍMICAS S.A**

**JUAN SEBASTIÁN MORALES JIMÉNEZ
DANIEL GIRONZA CASTILLO**

PROYECTO DE GRADO II

**TUTOR:
LUIGI CORBELLETTA**

**UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
MERCADERO INTERNACIONAL Y PUBLICIDAD
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
29 DE NOVIEMBRE DE 2013**

CONTENIDO

I.	PROYECTO DE GRADO I: SUCROAL S.A.	4
II.	RESUMEN	4
III.	INTRODUCCIÓN	5
IV.	EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS	14
V.	CONCLUSIÓN	19
VI.	PROYECTO DE GRADO II: TECNOQUÍMICAS S.A.	21
VII.	RESUMEN	21
VIII.	INTRODUCCIÓN	22
IX.	EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS	34
X.	CONCLUSIÓN	43

RESUMEN

El siguiente trabajo sirve como orientación para labores de investigación historiográfica. Este documento tiene como objetivo sentar un precedente en la investigación de la historia de dos de las empresas más reconocidas a nivel regional y nacional, como son Sucroal S.A y Tecnoquímicas S.A. Para lograr este objetivo se orienta al lector con la modalidad de caso escrito. Cada uno de estos casos cuenta con un resumen, una introducción, un espacio para relatar la evolución de los negocios y una conclusión. Con estos pasos el lector entenderá puntualmente cual ha sido la evolución de las compañías, entenderá sus crisis y sabrá cómo éstas hicieron frente a la adversidad y salieron adelante.

Palabras clave: Sucroal, Tecnoquímicas, Sucromiles, historia empresarial, historiografía, crisis, emprendimiento, planeación estratégica, farmacéutica, químicos, ingenios, Cali, Valle del Cauca, evolución de los negocios.



Daniel Gironza 08206096

Juan Sebastián Morales 09211104

Proyecto de Grado I

Casos de historia empresarial: Sucroal S.A.

RESUMEN

La historia empresarial en el Valle del Cauca es una crónica de esfuerzo y emprendimiento. A través de la historia de nuestra región, hemos visto cómo por medio del trabajo arduo y excelentes relaciones comerciales, las empresas que empezaron en el Valle ahora se encuentran a nivel competitivo mundialmente. Este es el caso de Sucroal S.A, empresa biotécnica dedicada a suministrar materias primas para la industria de alimentos y farmacéutica, entre otras. Sucroal S.A ha sufrido grandes cambios a lo largo de su historia y se ha reinventado para mantenerse como una empresa rentable y con excelentes proyecciones a futuro. Esto lo ha logrado por medio de decisiones estratégicas, alianzas, programas de responsabilidad social, diversificación de

productos y un excelente manejo administrativo. Sucroal S.A. se perfila como una de las empresas que ejemplifican el emprendimiento empresarial vallecaucano.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad Sucroal S.A. es una empresa reconocida por su tamaño y protagonismo en la industria farmacéutica y de insumos alimenticios, gracias a que es el principal proveedor de materias primas en derivados de ácido cítrico y alco-química en el Valle. Sucroal S.A es una empresa biotécnica única en este género y pertenece actualmente al grupo Ardila Lulle. La empresa tiene como misión proveer de materias primas a los sectores de alimentos, bebidas, farmacéutica, disolventes y en general a la industria manufacturera, mediante la producción y comercialización de productos químicos, tanto en mercados nacionales como en el exterior. Además de esta misión, la empresa cuenta con una excelente proyección hacia la posteridad, como dice en su visión; Sucroal S.A pretende “ser una empresa diferente por sostenibilidad, cultura y competitividad”.

Para lograr la misión y visión de la empresa, ésta ha definido una estrategia que consiste en fortalecer sus negocios a través del mejoramiento continuo de competitividad, productividad e innovación. Estos son lineamientos que han sido vitales para el desarrollo de la empresa y que hoy en día hacen que sea una sociedad sólida y rentable.

De la mano de esta estrategia general están los lineamientos éticos de la empresa. Sucroal S.A declara que todas sus relaciones, de cualquier tipo, están regidas por normas y principios de integridad, honestidad y ética. La organización no solo exhibe y exige este comportamiento de manera interna, sino que exige comportamiento ético de parte de todos los involucrados en relaciones con la misma, desde proveedores hasta clientes, y estipula que no tolerará bajo ninguna circunstancia, comportamientos que violen estas reglas, por parte de ningún colaborador, ente o persona con las que establezca relaciones.

Sucroal S.A no siempre fue el gigante bioquímico que todos conocemos. La empresa ha forjado esta sólida estructura estratégica con más de medio siglo de esfuerzo desde que comenzó en 1963. **Los ingenios azucareros del Valle tomaron la iniciativa de darle un mayor valor agregado a la caña de azúcar y a la melaza y conformaron Sucroquímica Colombiana S.A** en dicho año. En ese entonces la empresa se dedicaba únicamente al negocio de producción y comercialización de ácido cítrico, ácido acético y alcohol. Con el paso del tiempo laboratorios Miles decide asociarse con inversionistas colombianos para entrar en el negocio en el año de 1968. Laboratorios Miles es una empresa estadounidense, desarrolladora del popular medicamento “Alka-Seltzer”.



Primera planta de Sucroal S.A, 1963.¹

Esta compañía multinacional, desde principios del siglo XX, se convirtió en una potencia de la industria química a nivel mundial gracias a los desarrollos farmacéuticos y alimenticios que revolucionaron el mercado, ampliando la distribución y desarrollo de productos en más de 45 países.

Después de despertar el interés de esta compañía extranjera, ocurrió el primer paso importante en la historia de Sucroal: se fundó SucroMiles S.A. en el año de 1971. La compañía ahora contaba con apoyo de inversión extranjera, siendo Miles Labs el mayor accionista con el 51% de las acciones de la compañía. Desde este momento ejerce como gerente general el doctor Jaime Darío Colmenares, quien en la actualidad desempeña el mismo cargo y quien ha estado exitosamente durante todo el proceso de la compañía como representante legal.

Esta nueva firma híbrida, con inversión local y extranjera, empezó el proceso de expansión, con nuevas tecnologías para el desarrollo del ácido cítrico, que antes hubieran resultado

¹ <http://sucroal.com.co/lang/es-es/empresa/nuestra-historia/>

inalcanzables. Con esta nueva estructura organizacional nutrida por capital extranjero, la empresa constituyó una nueva división, cuyo fin era fabricar y transformar mediante diferentes procesos microorgánicos la melaza del azúcar en ácido cítrico. Esta división es conocida actualmente como “División de productos alimenticios”. Este ha sido uno de los pasos más importantes que ha dado la empresa a lo largo de su historia, pues la diversificación de los negocios hizo que se creara un mercado alrededor de los productos que ofrece Sucroal en la actualidad, a nivel nacional e internacional.

Con la llegada del capital tecnológico y organizacional de Miles International se lograron refinar procesos que permitieron la entrada de la compañía a los mercados internacionales a través del pacto andino.

En el año 1973, gracias a la **crisis petrolera** propiciada por los países del golfo pérsico, al prohibir las importaciones de crudo a los países que apoyaron a Israel en la guerra del *Yom Kippur* (Estados Unidos y otras potencias occidentales), se afectó gravemente el mercado de los hidrocarburos, por lo que el gobierno nacional impuso una protección arancelaria del 50% sobre las exportaciones de alco-químicos e insumos sustitutos del petróleo. Esta situación de tensión internacional afianzó la posición de SucroMiles en el mercado nacional.

Posteriormente en 1979, la empresa multinacional Bayer decide comprar las acciones de Laboratorios Miles, contando con 51% de las acciones de la empresa vallecaucana. El restante

49% quedó en manos del conglomerado empresarial Ardila Lulle, que entró en el negocio de la sucroquímica como inversor después de crear un importante grupo empresarial alrededor de los productos derivados de la caña de azúcar, a inicios de la década de 1970, siendo el principal accionista de ingenios azucareros como Incauca y Providencia. Este evento coyuntural para la compañía resultó generando un gran impulso, puesto que con la llegada de Bayer, hubo un incremento en la capacidad instalada de la compañía y se presentaron nuevas alianzas estratégicas con proveedores extranjeros como Celanese y Union Carbide², lo cual fue vital para el desarrollo de nuevos productos y la adquisición de tecnología de punta.

La compañía siguió trabajando con éxito, y **en el año de 1985 tomó la decisión de crear dos divisiones separadas para el manejo de ventas y de mercadeo de sus productos. Estas divisiones fueron: Ácido Cítrico y Alco-Química.** Con estos nuevos departamentos la compañía hace énfasis en la contratación de talento humano apto y capacitado para afrontar los cambios en el mercado que se presentaron en el contexto empresarial para adaptarse a un entorno que cada vez se hacía más competitivo. La cabeza visible de este proceso ha sido Armando Jiménez, quien ejerce el cargo de gerente de marketing desde su creación y en gran parte ha sido responsable y participe de grandes logros organizacionales de la firma. Un ejemplo de ello es la certificación ISO-9001, 2008 de Icontec. Esta certificación sólo la poseen las organizaciones con un altísimo nivel de calidad y sostenibilidad en sus procesos y productos.

² Compañías americanas encargadas de la producción de insumos químicos.



Actual planta de Sucroal S.A.³

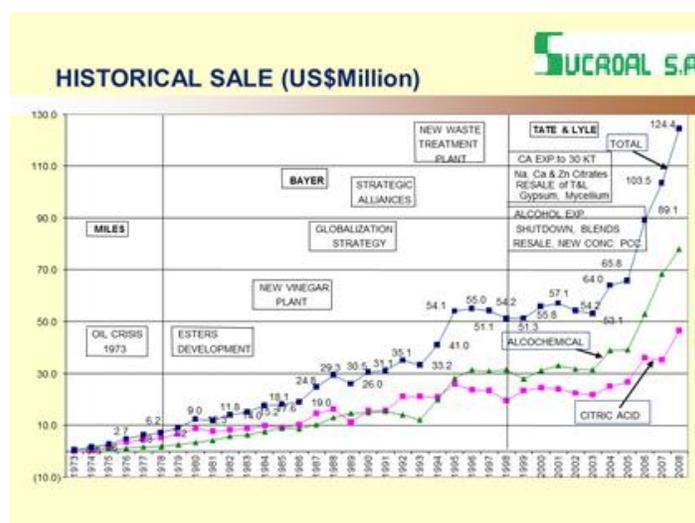
Para 1990 la compañía ya desarrollaba sus actividades a un nivel masivo, razón por la cual, SucroMiles se adjunta a la división de ingredientes para alimentos de Haarmann & Reimer, tomando un papel mucho más protagónico, acorde a su tamaño e importancia. Haarmann & Reimer es una filial de Bayer a nivel mundial desde 1953, con presencia en más de 30 países, encargada del desarrollo, investigación y producción de insumos alimenticios y creaciones aromáticas de gran renombre a nivel mundial, para importantes marcas como Bvlgari, Kenzo y Fahrenheit entre otros. Con la llegada de Bayer se hizo notable la explotación del potencial de la compañía, que creció en unidades estratégicas de negocio como los citratos y los acetatos, ampliando el portafolio de la compañía gracias a la creación de nuevos productos.

Luego de esta inclusión formal a las filas de la multinacional Bayer, la empresa expandió sus actividades como comercializadora y empezó a distribuir productos de otros fabricantes en 1993. Estos productos provenientes de empresas del grupo Bayer, ayudaron a que

³ <http://sucroal.com.co/lang/es-es/empresa/nuestra-historia/>

la empresa tuviera mejores ingresos y una estructura de costos más estable. **Con el paso de los años la empresa tomó conciencia de la nueva tendencia hacia el cuidado del medio ambiente por lo que abrió su primera planta de conservación ambiental en 1995.**

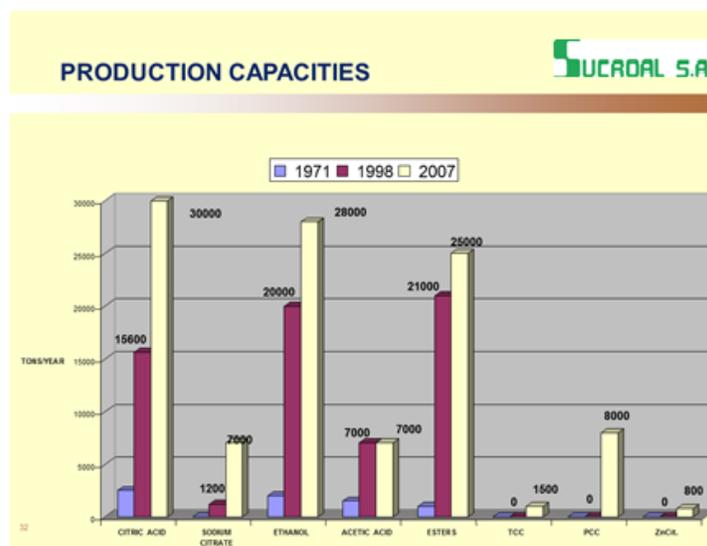
Años después la compañía se sometió a otro gran cambio estratégico. Tate & Lynch compró el negocio del ácido cítrico a Bayer, por lo tanto ahora T&L contaba con la mayoría de las acciones de la empresa. El 49% restante siguió en manos del grupo Ardila Lulle. Como efecto de esta nueva estructura, la empresa sufrió un incremento sustancial en el negocio del ácido cítrico, produciendo y comercializando hasta 30.000 toneladas anuales de esta materia prima. La empresa también comenzó a presenciar cambios en su modelo de negocio, distribuyendo y comercializando productos de T&L, aumentando su capacidad en el negocio de alcoholes y ésteres, adquiriendo una nueva planta de concentración.



Gráfica 1.0, ventas históricas de Sucroal S.A hasta 2008.⁴

⁴ Presentación a socios, Gonzalo Domínguez, 2009

En ese sentido la empresa también empezó a ejecutar la mezcla y distribución de productos importados, utilizando la zona franca del Valle para optimizar costos, con la construcción de una nueva planta, equipada con tecnología de punta, que permitió y fortaleció las relaciones comerciales con Celanese y Oxea y, de esa manera, empezó a importar etylacetato a Rhodia⁵.



Capacidad productiva, por producto. Años 1971, 1998 y 2007.⁶

Hacia el 2010 la empresa abrió una nueva planta para la obtención de citrato de trietilo y citrato de tributilo, insumos alimenticios para la producción de bebidas, lo cual fue una mejora sustancial en tecnología de procesos, ayudando a mejorar el portafolio de productos en cuanto a calidad y variedad. Para el 2011 la empresa abrió la segunda fase de su planta de control ambiental, lo cual mostró el compromiso que tuvo la firma hacia el cuidado del medio ambiente.

⁵ Compañía química francesa.

⁶ Presentación a socios, Gonzalo Domínguez, 2009.

Por último, **en el año 2012, la organización Ardila Lulle adquirió la totalidad de las acciones de SucroMiles S.A, pagando un total de 31.1 millones de dólares a Miles Labs por el 51% de las acciones, parte de la empresa que poseían.** La firma cambió su nombre a Sucroal S.A el 19 de octubre de 2012.

De esta forma se repasará más detenidamente como ha sido la evolución de los negocios de Sucroal S.A a lo largo de su amplia trayectoria, como SucroMiles y Sucroquímica Colombiana S.A, en aspectos como las fusiones empresariales, los acuerdos hechos para generar un modelo de sostenibilidad ejemplar, y el trabajo ejecutado para conseguir las mejores certificaciones de la industria biotécnica a nivel nacional e internacional. Esta información está basada en un trabajo de investigación que cuenta con documentos cualitativos y cuantitativos otorgados con el permiso de la compañía para uso del proyecto.

EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS

La evolución de los negocios ha sido uno de los aspectos más interesantes de la organización a lo largo de su historia, pues la diversidad de sus líneas de producto y el cambio organizacional entre quienes hacen parte directa e indirecta de la empresa, ha generado un fuerte impacto en la economía y la historia empresarial de la región y el país.

Actualmente la filosofía de la empresa apunta con fuerza a la eficiencia a través del “Modelo sostenibilidad”. Con esta iniciativa la compañía toma como norte la búsqueda de la innovación por medio de acciones que promuevan las prácticas responsables con el talento humano y el medio ambiente. **El modelo de sostenibilidad se convirtió en una ventaja competitiva para la empresa, basada en tres aspectos generales que son: Responsabilidad social empresarial (interno y externo), medio ambiente y competitividad.**

Con esta iniciativa se notaron cambios casi instantáneamente, pues el impacto cultural y físico de la empresa no se hizo esperar. En ese contexto se construyeron dos plantas de tratamiento de residuos para adecuar los desechos y convertirlos en materias primas de otros procesos, lo cual generó un ahorro que se vería plasmado en un rápido retorno de la inversión. Por otra parte, se evitaron las emisiones de gases tóxicos, pues se emplearon para la generación de energía, lo cual mejoró la eficiencia de uso de iluminación en la planta y en la parte administrativa, lo que se

tradiujo en un ahorro de \$204.499.31. El agua también fue un recurso importante para la compañía y por ello hacen énfasis en cuidarlo. Por esta razón la compañía recuperó 140.000 m³ de agua al año, lo que provocó un ahorro de \$342.000.000.

Gracias al ahorro hídrico en la empresa se comenzó a crear vapor a partir de la energía hidráulica. Esta transformación energética hizo funcionar gran parte de la maquinaria de la planta y la cifra de consumo se aproximó a los 191.2852 m³ de vapor al año⁷.

En el ámbito de la Responsabilidad social empresarial Sucroal S.A también ha sacado gran ventaja, pues han dividido sus esfuerzos en dos grandes áreas, interna y externa. En el área externa la compañía ha realizado campañas estratégicas de integración para generar mayor impacto en la sociedad. Estas alianzas se han pactado con clientes importantes como Coca-Cola, Nestlé, Postobón, Danone y Kraft, y con proveedores de materias primas como el Ingenio Providencia e Incauca para alinear sus modelos de sostenibilidad, en busca de favorecer mediante estas integraciones sectores desfavorecidos de la sociedad. Algunos proyectos en el sector externo comprenden puntos marginales de la sociedad como educación y salud.

Estos proyectos se llevan a cabo a través de la fundación Trascend, principal beneficiaria de la compañía, y cuyo máximo impulsador ha sido el señor Carlos Ardila Lulle, representante legal del grupo empresarial que lleva su nombre. Esta fundación se dedica al desarrollo de principios y valores en sectores marginales, por medio de programas académicos principalmente enfocados en la primera infancia. Por otro lado, en el área de la salud, la compañía y sus socios sostenibles

⁷ Cifras de 2010.

cumplen una función mucho más directa, pues han estructurado un programa cuyo nombre es “Salud & nutrición”. Con este programa Sucroal S.A pretende ayudar a la población de salud vulnerable a través de la donación de citrato de calcio en polvo, compuesto de bajo costo que sirve para prevenir problemas de falta de calcio y osteoporosis en niños y ancianos.

En el área de responsabilidad social interna la compañía también ha cumplido con una labor eficiente, pues ha reconocido el talento humano como uno de los principales recursos para que la compañía crezca. Por esta razón ha disminuido el tiempo laboral de la semana de 48 a 46 horas y esto se presenta como una ventaja para los trabajadores de la compañía. Así mismo, brinda a sus trabajadores, como ventaja diferencial el pago de salarios competitivos, préstamos y subsidios de vivienda. **Un dato interesante es que el 97% de los empleados de la compañía que ha laborado ahí desde hace más de 4 años tiene sus problemas de vivienda solucionados. Esta exitosa cifra se debe en gran parte a la colaboración de la Sucroal S.A.**

El último concepto del modelo de sostenibilidad y tal vez el más importante en términos de crecimiento empresarial para Sucroal S.A es la competitividad. Para mejorar la competitividad de la empresa en el sector, se han tomado medidas de tipo cualitativo, en donde figura como principal premisa la creación de una cultura sostenible para los empleados y demás entes participantes de la dinámica comercial de la empresa. Una premisa importante en el desarrollo de la competitividad ha sido la buena relación con los proveedores. Esto anterior ha garantizado la creación de valor económico para los diferentes grupos de interés que ayudaron a consolidar a la compañía. Lo anterior se ha venido logrando por medio de las ventajas competitivas que se

pueden crear cuando Sucroal S.A logra afianzar cercanía estratégica y geográfica con sus proveedores.

Parte de esta cultura organizacional se ha conseguido a través de la gestión y el impulso del concepto de liderazgo en cada nivel de la empresa. Sucroal S.A también se encarga de inculcar en cada uno de sus empleados el sentido de pertenencia como uno de los principios básicos de su cultura organizacional, pues han reconocido que si cada empleado acepta y actúa bajo este principio el clima laboral va a ser óptimo, garantizando eficiencia.

Por otro lado, en términos de nómina, la compañía cuenta con un total de 263 empleados, que representan un 6.2% del costo de la compañía y se dividen de la siguiente manera según su grado de escolaridad: Profesionales: 120 (42%), técnicos: 68 (24%), bachilleres: 62 (22%), con básica primaria: 33 (12%).⁸

Otro aspecto importante de la competitividad de la compañía tiene que ver con el concepto de innovación. La innovación en Sucroal es una de las garantías de éxito. **Por esta razón se emplean mecanismos de participación entre los empleados con el fin de generar ideas que pueden ser importantes para el desarrollo de procesos o productos que generen valor para la compañía.** Estas estrategias se logran a través de equipos multidisciplinarios que se encargan de la investigación.

⁸ Cifras de 2011.

Dichos equipos multidisciplinarios están conformados por colaboradores de diferentes organizaciones públicas y privadas como la Junta directiva de la ANDI, la corporación Biotec- CIAT, la Mesa sectorial de Producción de Bebidas y el SENA. Un ejemplo importante de innovación es el uso de la glicerina de alta calidad como factor fermentador de ácido cítrico. Este proceso tiene patente de Sucroal y nació gracias al impulso generado por la cultura organizacional de innovación.

Por otra parte, **Sucroal S.A cuenta con un excelente número de certificaciones en la actualidad, que consolidan y dan garantías del buen trabajo que ha hecho la organización en el sector industrial y alimenticio a nivel nacional e internacional.** Una de estas distinciones es el sello ISO-9001, 2008 otorgado por Icontec a las empresas con una gestión de calidad excelente. También está la certificación BRC SAI GLOBAL, otorgada por el British Retail Consortium en 1998 para ser usada ante los evaluadores de fabricantes de alimentos para marcas. Estas y otras certificaciones han aumentado el *good will* de la compañía aportando un apoyo invaluable al crecimiento de la empresa en los últimos años.

Sin embargo, las certificaciones y el modelo de sostenibilidad de la compañía no funcionarían sin una oferta de calidad para el mercado: dicha oferta de calidad se puede ver específicamente en el portafolio de la compañía.

El portafolio de negocios de Sucroal en la actualidad está dividido en dos grandes ramas, la división de productos alimenticios y la división industrial. **La división de productos alimenticios conforma el 50% del portafolio de la compañía** y de ésta se desprende una gran

familia de productos que sirven como materia prima de varios procesos de la industria alimenticia del país. Esta familia de productos está conformada por insumos como: almidones modificados, carbonatos de grado alimenticio, citratos, endulzantes, fibras solubles, productos de consumo, vinagres y aderezos.

La división industrial compone el otro 50% del portafolio de la compañía. Sus principales clientes son Pintuco, Beisbol y Sanpic. Algunos productos que se ofrecen en esta división son: ácido acético, alcohol etílico, ésteres del ácido acético, oxoalcoholes, plastificantes y productos agrícolas.

CONCLUSIONES

Sucroal S.A. es una empresa que ha estado en constante reinención durante casi medio siglo de funcionamiento bajo diferentes nombres y estructuras organizacionales. Esta empresa ha cambiado de socios mayoritarios, de mercados, producto, entorno, métodos de fabricación y demás, lo cual la perfila como una de las empresas más versátiles en la economía del Valle hoy en día. A pesar de que la empresa constantemente se ha visto expuesta a cambios, siempre ha estado enfocada en su razón de ser, alineada con la misión y la visión, la conciencia social y ambiental.

Es por esta razón que a pesar de estar en constante movimiento la empresa no ha perdido el enfoque y se ha mantenido como una empresa líder y única en este tipo de mercado en la región.

Con el caso de Sucroal S.A. hemos podido evidenciar cómo las **fusiones** potencializan las oportunidades para las empresas en crecimiento, pues gracias a las fusiones con Bayer y T&L, Sucroal S.A hoy es una empresa líder en tecnología y participación en el mercado. También pudimos evidenciar cómo un excelente manejo del recurso humano en la empresa ha ayudado que se pueda consolidar un equipo productivo y leal de trabajo, que se mantiene eficiente a pesar de los cambios que se presenten.

Por último también se debe resaltar que Sucroal S.A. es una empresa que siempre ha estado consiente del medio ambiente, por lo tanto hace grandes esfuerzos en desarrollar su proceso productivo de la forma más limpia y eficiente que sea posible, y destina instalaciones modernas y de última tecnología para el manejo y utilización de los residuos. Este es el caso de una empresa exitosa en el Valle, que se ha destacado y ha logrado hacer alianzas estratégicas que la han posicionado en donde está hoy en día, con un índice de ventas anual de 250.000 millones de pesos. El emprendimiento del Valle se puede ver reflejado en el éxito de compañías como Sucroal S.A.



Daniel Gironza 08206096

Juan Sebastián Morales 09211104

Proyecto de Grado

Casos de historia empresarial: Tecnoquímicas S.A.

RESUMEN

La historia empresarial en el Valle es un relato de experiencias de emprendimiento, esfuerzo, sacrificio y liderazgo, que refleja el ímpetu y el espíritu propio de la región. A través de los años, los esfuerzos de las personas que se arriesgaron a soñar y a hacer estos sueños realidad han dado fruto y ahora son el estandarte de este departamento. Este es el caso de Tecnoquímicas S.A., una empresa que inició operaciones hace más de 70 años, innovando, generando oportunidades y colaborando al nuevo despertar empresarial del Valle del Cauca.

Tecnoquímicas S.A. se ha transformado radicalmente, desde sus comienzos como distribuidora farmacéutica, hasta convertirse en una de las firmas más importantes del país en su

categoría. Esta compañía ha alcanzado el éxito por medio de excelentes relaciones comerciales, productos de calidad, innovación, un manejo administrativo estratégico y comprometido y un fuerte sentido de responsabilidad social. Este es un caso ejemplar de emprendimiento y éxito en la historia empresarial vallecaucana.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día Tecnoquímicas S.A. es la farmacéutica líder en el mercado colombiano, ofreciendo productos de total confiabilidad para mejorar la calidad de vida del ser humano. Con esta propuesta de valor busca aportar significativamente a la mejoría de la calidad de vida de las personas que hacen parte de su entorno directa e indirectamente. El presidente de la compañía es Francisco José Barberi Ospina, quien se ha encargado principalmente de la rápida evolución de la empresa en los últimos años. Tecnoquímicas S.A. tiene como misión, a grandes rasgos, maximizar el valor de la compañía para la comunidad, consumidores, prescriptores, clientes, empleados y accionistas. Lo anterior por medio de la producción y comercialización de productos de la mejor calidad para las áreas de la salud, cuidado personal, cuidado del hogar, adhesivos, y agroveterinarios.

Esta misión se encuentra alineada con la visión de la compañía, que consiste en formar parte de uno de los 50 grupos empresariales más significativos de Colombia y tener operaciones en varios países de Latinoamérica. También es parte de la visión la permanente preocupación por la persona y su bienestar. Esta preocupación por el ser humano es el principal

motor para la creatividad e innovación para satisfacer las necesidades actuales y futuras de la comunidad.

La historia de Tecnoquímicas S.A. empieza en el año 1934 cuando la compañía es fundada en la ciudad de Bogotá un 17 de diciembre bajo el nombre de “Colombian Sales Company”. Sus fundadores fueron tres socios puertorriqueños, Ermidez Padilla, Elías Pinedo y Victorino Ordoñez.

Su principal función era la importación y comercialización de materias primas de tipo farmacéutico, productos medicinales y artículos de tocador de empresas nacionales y extranjeras. **Posteriormente, llega como gerente de ventas de la firma el empresario Francisco Antonio Barberi Zamorano en el año 1941, quien es reconocido oficialmente como el fundador lo que hoy conocemos como Tecnoquímicas S.A.** En este mismo año la empresa adquiere la distribución de Alka Seltzer® el famoso antiácido que la empresa comercializó hasta los años noventa.



Francisco Antonio Barberi Zamorano, fundador de Tecnoquímicas S.A.⁹

⁹ <http://www.elpais.com.co/elpais/contenido/tecnoquimicas-sa>

Hay que resaltar que su fundador se destacó ampliamente en el sector empresarial y político tanto en el plano municipal como en el nacional. Se desempeñó como concejal de la capital vallecaucana y fue nombrado embajador ante la Organización de Naciones Unidas (ONU) y posteriormente cumplió la labor de Cónsul honorario de Colombia en Miami en la década de 1970. Entre sus iniciativas más importantes como empresario se puede destacar que hizo parte de la primera junta directiva del Banco de Occidente y colaboró con la creación de AFIDRO (Asociación de Fabricantes y Representantes Exclusivos de Productos Farmacéuticos).

En 1950, bajo la iniciativa de Barberi Zamorano, nació Laboratorios Fixalia, que posteriormente dio origen a Tecnoquímicas S.A, ya que en ese momento Colombian Sales company cumplía específicamente labores de importación y comercialización de productos farmacéuticos. Fixalia llegó como una rama productora que amplió el panorama, en términos de manufactura, de la compañía. **Por ese motivo, la entrada de esta nueva unidad de negocio constituye un momento crucial para la empresa, que desde entonces comenzó su carrera en la industria farmacéutica en el país.**

En esa misma década, en el año 1951, se inauguró la primera planta farmacéutica en la ciudad de Cali, en el barrio san Nicolás, donde hoy en día se encuentra la principal sede administrativa de la compañía. La razón más importante del cambio de sede estuvo relacionada con la proximidad de las materias primas en términos de distribución y el potencial industrial que se estaba dando en la región en la mitad del siglo pasado. Desde ese entonces y bajo la marca Laboratorios Fixalia, hasta 1957, la empresa se dedicó a producir medicamentos de calidad que

responden a las necesidades de la sociedad, y se comprometió a estar a la vanguardia tecnológica con el fin de seguir brindando satisfacción a los consumidores.

En el año 1954 la sede administrativa principal se trasladó de Bogotá a Cali, donde después de tres años nace formalmente la razón social Tecnoquimicas S.A, fruto de la fusión de Colombian Sales Company y Laboratorios Fixalia, con el fin de unir las dos áreas de la compañía bajo una misma marca que lograra reconocimiento por parte del consumidor y de la industria. Para el final de la década, la empresa ya contaba con líneas propias de productos como “Mac Donald de Colombia”, marca que presentaba un portafolio de perfumes, jabones y productos de belleza entre los cuales se destaca el recordado perfume y desodorante Passport 767 entre otros.

En los años 60 Tecnoquímicas S.A se esforzó por consolidar una admirable capacidad de distribución que hasta hoy en día es reconocida a nivel nacional. De la misma manera comenzó a ser reconocida en el sector farmacéutico emergente del país, en el que los laboratorios Lafrancol y Baxter tomaban fuerza simultáneamente. También en esta etapa la empresa inició el negocio Indugráficas. Esta es una dependencia que se dedica a la elaboración de empaques y plegadizas de lujo para todo tipo de productos.

Para el comienzo de los años 70 la empresa logró ajustar sus sistemas de operación e incorporó tecnología extranjera de empaqueo y montaje de producción, logrando así elaborar aproximadamente el 60% de los productos que hoy distribuye.

En 1980 la empresa entra al mercado de pañales al comprarle maquinaria especializada a Francesco Angelini, farmaceuta y empresario italiano reconocido internacionalmente por ser el presidente del grupo farmacéutico Angelini, de gran presencia en Europa. También en esta década la compañía aplicó herramientas de planeación estratégica con el fin de anticiparse a las situaciones venideras, por medio de tácticas de corto plazo que garantizaron el éxito a largo plazo. Una de estas estrategias fue la implementación de la filosofía de calidad total, cuyo resultado fue el rediseño de la estructura de la compañía, movimiento esencial para brindar soporte al gran crecimiento que significó incursionar en nuevos mercados. En 1982 la compañía adquirió la licencia de producción y distribución de los productos de Allergan, reconocido laboratorio con énfasis oftalmológico de repercusión internacional.

Luego, en el año 1986 la compañía se hizo propietaria de la planta de Merck Sharp and Dohme en Colombia, laboratorio al que representó por 10 años y el cual es reconocido por productos de consumo como Mexana, actualmente principal competencia de Yodora, marca de Tecnoquímicas S.A. Gracias a esta adquisición, la compañía se convirtió en la mejor farmacéutica del país y se hizo con la más moderna tecnología para la producción de medicamentos y bienes de consumo. También en ese año se logró un joint venture entre Clorox International Company y Tecnoquímicas S.A. Se construyó la planta de blanqueadores líquidos en los terrenos de Yumbo y la compañía asumió la fabricación y comercialización de los productos de Clorox en Colombia.

Al llegar la década de 1990, la compañía enfrentó la partida de su fundador, el señor Francisco Antonio Barberi Zamorano, quien falleció en septiembre de 1991. En este momento la

compañía pasó a ser liderada por Francisco José Barberi Ospina, hijo del fundador, quien cumple la labor de presidente de la junta directiva de la firma desde febrero de 1992 y que para ese momento se desempeñaba como gerente ejecutivo. Barberi es ingeniero del Massachusetts Institute of Technology (MIT) y en la actualidad lleva más de 37 vinculado con la compañía. También hace parte de la junta directiva de la Universidad Icesi.



Francisco José Barberi Ospina, Presidente de Tecnoquímicas S.A

Con la llegada del nuevo presidente la compañía tomó precauciones con respecto a la crisis de la industria nacional que se ocasionó como consecuencia de la política de apertura económica que enfrentó el país en la administración del presidente de la República Cesar Gaviria en 1992. Una de las estrategias que funcionó con mayor éxito fue la adquisición de marcas propias, con el fin de reducir el mercado farmacéutico a las firmas internacionales que buscaban entrar a pelear por el margen de penetración de productos de consumo en Colombia.

Con esta política proactiva Tecnoquímicas S.A amplió su poder en la industria farmacéutica nacional gracias a la incorporación de las licencias de fabricación y distribución de la Organización Farmacéutica Americana S.A (OFA) y la adquisición de la Distribuidora

Farmacéutica Calox Colombiana S.A. Con estas adquisiciones llegaron las marcas nacionales “Sal de Frutas LUA, Yodora y Blankísima” y también la marca internacional “MK”, líder en la fabricación y comercialización de productos médicos genéricos para uso humano y veterinario en Colombia, Perú, Ecuador y Bolivia, cuyo administrador en Latinoamérica fue OFA con la autorización de McKesson Corporation, multinacional con más de un siglo de experiencia en la fabricación de medicamentos OTL.

En el año 1993 Tecnoquímicas S.A incursionó en el mercado Ecuatoriano con algunos de sus productos. Actualmente la compañía tiene distribución en todo el vecino país y cuenta con sucursales en Quito, Guayaquil y Cuenca. Durante el transcurso del año 1995 la firma continuó con su expansión al adquirir marcas como “Noraver” y “Crema No.4”. También es ese año se creó el laboratorio de investigación y desarrollo de productos nuevos e inauguró la planta de fabricación de “LUA” y alcoholes antisépticos, junto con una ampliación de las bodegas nacionales.

La empresa amplió su capacidad productiva en 1996 cuando inició operaciones en la nueva planta en la zona franca de Villa Rica en el Cauca, donde produce pañales “Winny” y “Velly” en sociedad con Kimberly Colpapel. En 1996 también se crea la compañía Adhinter que forma parte de la corporación, fabricando productos para el cuidado de la piel herida bajo la marca “Cureband”.

En 1999 Tecnoquímicas S.A absorbe la marca “Colbón”, líder en pegamentos líquidos en Colombia y hace grandes avances en el sector farmacéutico gracias a las alianzas establecidas

con laboratorios de investigación de talla mundial como Yamanouchi de Japón y el Centro de Ingeniería Genética y Biotecnología de La Habana.

La década de los noventa fue de gran expansión para Tecnoquímicas S.A. que se preparaba para entrar fuerte al nuevo milenio. **Sin embargo a mediados de esta década la compañía se ve afectada por una crisis que nada tiene que ver con el ámbito operativo.** En 1995 la compañía y su presidente comienzan a ser investigados por la Fiscalía General de la Nación por posibles nexos con los líderes del cartel del Valle, la familia Rodríguez Orejuela por posibles tratos de narcotráfico. No obstante, todo se trató de una equivocación por parte de las autoridades, que malinterpretaron un registro de sociedad en el cual figuraba la familia Rodríguez Monagas como accionista de la compañía, en el año 1957. Dichas acciones fueron compradas posteriormente por la familia Barberi, que en ese momento poseía el 98% de la empresa, dejando el 2% restante a un fondo de inversión de empleados de la misma.

El malentendido fue atendido por el mismo ministro de justicia de ese entonces Fernando Botero, quien ofreció disculpas públicamente a Francisco Barberi Ospina y a su esposa, la entonces senadora de la república, Claudia Blum.¹⁰

Con la llegada del año 2000 la empresa amplió sus operaciones al adquirir la distribución de chicles “Charms” de la compañía Tootsie Roll Inc. En este año la compañía emprendió remodelaciones de la planta farmacéutica para poder adecuarse a las exigencias de la normatividad internacional.

¹⁰ <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-369484>

En el 2008, Tecnoquimicas S.A. lanzó al público el primero de cinco tomos de la obra “Historia de la medicina en Colombia”, esta publicación es una muestra de su compromiso con el sector de la salud y es en la actualidad una colaboración a la historia de esta disciplina.



Dos primeros tomos del texto “Historia de la medicina en Colombia”.¹¹

Este año representó un gran avance para la compañía, pues ésta tomó la decisión de renovar su imagen corporativa con un nuevo logotipo mucho más moderno, dinámico y vital. En este mismo año la corporación financiera internacional IFC hizo una inversión de 25 millones de dólares en la compañía y se convirtió en socio de la misma. Estos recursos fueron destinados a mantener el liderato en el país por medio del plan de expansión por Latinoamérica. La llegada de esta institución generó mucho más respaldo en la empresa.

¹¹ <http://www.elpais.com.co/elpais/contenido/tecnoquimicas-sa>

En el año 2009 la empresa consolidó su expansión internacional con la compra de “Teramed”, la compañía líder del sector farmacéutico en El Salvador, y empezó a dar sus primeros pasos efectivos en su proyecto masivo de internacionalización. Para ese mismo año, la compañía entregó al público el segundo tomo de su publicación de la “Historia de la medicina en Colombia”, y la planta Tecnofar (planta farmacéutica) recibió la certificación de calidad por parte del “Cecmed” de Cuba, lo cual le abrió la posibilidad de producir cremas de crecimiento epidérmico desarrolladas en la Habana.

En el año siguiente, 2010, la compañía afianzó su liderazgo en la categoría gastrointestinal con la marca “LUA” y “Bonfiest”. En Ecuador alcanzó el liderazgo en multivitamínicos con vitamina C “MK”, y en Colombia alcanzó el liderazgo en respiratorios OTC con el desarrollo de la marca “Noraver”.

Para el año 2011 la empresa amplió su portafolio farmacéutico con 27 nuevos productos, entre ellos “Kola Granulada MK”. Simultáneamente en este año la empresa fortaleció su presencia en Centroamérica con el lanzamiento de la marca “TG” de medicamentos genéricos. También, en la planta de Villa Rica, se construyeron las instalaciones para la fabricación de “Pañitos Húmedos Winny” para atender mejor este segmento del mercado.



Planta de producción Tecnofar, proceso de empaque Kola MK.¹²

Posteriormente, en el año 2012, se adquirió “Wasser Chemical”, compañía colombiana de productos oftálmicos.¹³ En este mismo año TQ incursiona en el mercado de sueros orales al comprar la marca “Hidraplus” (Laboratorios Baxter), líder en la prevención y control de la deshidratación. En el segmento de analgésicos, se lanzó al mercado la marca “Durafex”, la primera capsula de naproxeno líquido, producto de última generación para el tratamiento de dolores musculares. Adicionalmente se hicieron grandes avances en producción y logística con la

¹² <http://www.elpais.com.co/elpais/contenido/tecnoquimicas-sa>

¹³ <http://www.tecnoquimicas.com/Historia.aspx>

creación de una moderna planta en el Cauca para la elaboración de alcoholes, y con la construcción de una nueva bodega que cumple con los requerimientos de capacidad y logística para la masiva operación que estaba haciendo la compañía.



Cendis, Bodega de almacenamiento de Tecnofar.¹⁴

La historia de la empresa muestra su esfuerzo por alcanzar los niveles de reputación, calidad y producción que hoy en día la posicionan como la empresa farmacéutica número 1 en Colombia y con la mejor reputación. La empresa se ha comportado de manera dinámica y ha respondido a las necesidades de la población. Gracias a una excelente visión, ha tenido claros todos los pasos a seguir, ya sean adquisiciones o creaciones, con el fin de lograr un posicionamiento destacado en el mercado y en la mente de los consumidores en Colombia y en Centroamérica.

¹⁴ <http://www.elpais.com.co/elpais/contenido/tecnoquimicas-sa>

EVOLUCION DE LOS NEGOCIOS

El desarrollo de nuevas unidades estratégicas de negocio y la responsabilidad social empresarial son las características más importantes en la evolución de Tecnoquímicas S.A. La empresa es versátil y flexible, gracias a una visión y misión bien planteadas, que giran en torno al ser humano. TQ ha sido capaz de entender y satisfacer al consumidor conforme el tiempo pasa y sus necesidades cambian. Lo anterior se puede evidenciar en la manera en que la empresa como organización ha crecido, pasando de ser una comercializadora de productos médicos a una farmacéutica que ahora está a puertas de entrar a competir en el mercado global. Todos estos objetivos se han alcanzado de la mano de un excelente líder, que ha logrado establecer objetivos retadores, estratégicos y sobretodo alcanzables en el marco temporal.

La compañía logra solidez y confianza en el mercado gracias a que estos son los mismos valores que tiene como credo. Los empleados y colaboradores están comprometidos con un trabajo responsable, veraz y solidario. La empresa se esfuerza por rechazar todas las formas de corrupción frente a organismos públicos y privados, para que haya transparencia garantizada en todas las prácticas comerciales. También se especializa poner al ser humano, en todas sus facetas, (consumidor, comunidad médica y científica) como su razón de ser. Tecnoquímicas S.A reconoce la importancia de los clientes y proveedores en su función, y por lo tanto hace todo su esfuerzo por alinear a todos los actores de la cadena de valor, creando relaciones rentables, sostenibles y de mutuo beneficio.

Adicionalmente la empresa identifica la creatividad e innovación como motor del progreso y es consciente de la educación como forma superior del desarrollo de la persona, y cuida del medio ambiente al reconocer que es el medio que propiciara la vida de las siguientes generaciones.

La compañía a lo largo de su historia ha cumplido diferentes funciones en la industria farmacéutica nacional e internacional. Bajo el nombre de “Colombian Sales company” su tarea principal fue distribuir productos farmacéuticos de laboratorios nacionales e internacionales a lo largo y ancho del territorio colombiano. Sin embargo, con la llegada de Francisco Antonio Barberi y su visión como industrial, la empresa incursionó conjuntamente en la fabricación de fármacos bajo el nombre de Laboratorios Fixalia. **Desde ese momento la compañía incursiona en su primera unidad de negocio: Cuidado de la salud.**

En esta unidad de negocio, laboratorios Fixalia produjo medicamentos de venta libre como Acetaminofén y Ranitidina con marca propia para ser vendidos a nivel nacional. Por otra parte, Colombian Sales Company comercializó productos de otras firmas como Alka Seltzer, que era importado desde los Estados Unidos por Laboratorios Miles.

Con el pasar de los años, y gracias a la iniciativa de Francisco Barberi, estas dos compañías se fusionaron dando origen a Tecnoquímicas en el año 1957. Con la aparición de esta nueva firma híbrida y la inauguración de la planta de producción en Cali, la empresa ve potencial en una nueva oportunidad de negocio, la industria cosmética. Para aprovechar esta oportunidad la firma

desarrolla la marca Mac Donald de Colombia, bajo la cual se produjeron y comercializaron productos como jabones y perfumes. **Este es el primer paso que dio TQ para el desarrollo de su segunda unidad de negocio: cuidado personal.**

En la década de 1960 la compañía se consolidó gracias a sus estrategias para agregar valor a los productos de su portafolio. Una de las dos principales estrategias para destacarse en el ámbito farmacéutico nacional fue su capacidad de distribución. Aun en la actualidad es reconocida nacional e internacionalmente por cumplir con prolijidad la tarea de llevar sus productos hasta los lugares más remotos. La otra razón de peso para sobresalir en la industria fue la incursión en el negocio de Indugráficas, que añadió valor para la marca por vía diferencial, pues los empaques de lujo fueron una herramienta fundamental para la firma con el fin de lograr mayor notoriedad.

La tercera unidad de negocio se desarrolló en 1980, cuando la junta directiva aplica a la compañía una reestructuración organizacional basada en la planeación estratégica y la filosofía de la calidad total. En ese momento se formaliza una de las políticas más importantes de la firma hasta la actualidad: la constante incursión en nuevos negocios. La primera adquisición que hizo la empresa en esta década, en términos de ampliar el portafolio de productos, fue la maquinaria para producir pañales desechables. Este negocio se cerró con la Firma italiana Angelini.

Con esta nueva maquinaria la compañía emprendió un viaje hacia una nueva unidad de negocio: El cuidado para el bebé. La principal marca que desarrolló la compañía para

comercializar estos productos fue “Pañales Winny”. En 1995 adquirió la popular “Crema N. 4”, producto que también hace parte de esta unidad de negocio.



Tecnosur, planta para la fabricación de Pañales Winny.¹⁵

En esta década la compañía amplió de forma exponencial los tratados de representación comercial de laboratorios internacionales como Bayer, Merk Sharp & Dhome, Miles, Procter & Gamble y Pfizer Italia, entre otros. Estas multinacionales decidieron entrar al mercado colombiano a través de Tecnoquímicas S.A, pues percibieron en la compañía un aliado estratégico de excelentes condiciones para producir y comercializar sus productos.

¹⁵ <http://www.elpais.com.co/elpais/contenido/tecnoquimicas-sa>

En 1987 la compañía abrió una nueva planta de producción, la segunda hasta ese momento, ubicada en Yumbo, Valle del Cauca. **En esa nueva sede se dio inicio a la fabricación y almacenamiento de los productos de la multinacional Clorox. Con esta incursión en el mercado de los productos para el hogar se da paso a la creación de la cuarta unidad de negocio de la firma.**

En la década de 1990 la compañía cerró grandes tratos que hacen evolucionar sus unidades de negocio. **Adquirió el permiso de Mckeeson Labs. Para comercializar exclusivamente los productos genéricos de la marca MK en países andinos como Ecuador, Perú y Bolivia.** Este movimiento permitió la entrada directa a mercados internacionales como comercializadores. A partir de esta negociación la compañía decidió entrar con fuerza al mercado ecuatoriano específicamente por medio de la filial de ventas Grufarquímicas S.A, que después pasó a llamarse Tecnoquímicas del Ecuador en 2005.¹⁶

Además, en este mercado distribuye y vende una gran parte de los productos manufacturados en Colombia, a través de una oficina comercial en Guayaquil, con sedes alternativas en Cuenca y Quito. Este método de entrada al mercado del país vecino fue una movida de alto riesgo para la compañía, sin embargo, fue una decisión acertada para competir en los mercados internacionales.

La tercera planta de producción de la empresa tomó forma en el municipio de Jamundí, al sur del Valle del Cauca y se inauguró en 1995, año en el que amplió su portafolio de productos de consumo masivo como “Sal de frutas Lua”. En esta planta se creó un área de investigación para nuevos productos, pues para ese momento la junta directiva percibió que la innovación en

¹⁶ <http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/tecnoquimicas-hora-expansion/65985>

productos y marcas propias era vital por la amenaza de la apertura económica que se presentó en el país, lo que produjo una profunda crisis en el sector industrial colombiano.

En el año siguiente la compañía abre una nueva planta en conjunto con Colombiana Kimberly papeles. Este Joint venture dio como fruto la creación de Tecnosur, una moderna fábrica de derivados de papel, en los que Tecnoquímicas manufactura su marca Winny. Esta planta recibió el reconocimiento ISO 9001 versión 2008 por su gestión de alta calidad, cuya vigencia aplica hasta 2013. En la actualidad se está ejecutando un plan de mejoramiento continuo para renovar la certificación. La producción de algunos elementos de esta planta ubicada en Yumbo se trasladó a la planta Tecnofar, ubicada en Villa Rica, Cauca, en el año 2011.

La quinta unidad de negocio que posee Tecnoquímicas S.A nació de la compra de la planta agroveterinaria Moré, que tiene lugar en Sibaté Cundinamarca, muy cerca de la capital de la República. En esta planta se produce la marca “Agrovet”, de amplio reconocimiento nacional por su calidad en el segmento de productos para el cuidado y alimentación de animales. La compra de esta planta se produjo en 1998, propiciando así la ampliación de las líneas de producto que ofrece la compañía hasta el presente.

En 1999 se consolidó la adquisición de la marca Colbón, líder en el segmento de adhesivos en el mercado colombiano. **Esta nueva unidad de negocio fue aprovechada por la compañía para lanzar al mercado la popular marca de banditas “CureBand”.** Sin embargo la compañía sigue produciendo el reconocido Colbón, con el que amplió su mercado como firma proveedora de pegante industrial, así como el Colbón para uso doméstico.

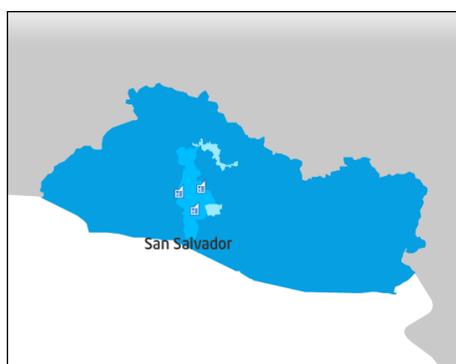
Con la llegada del nuevo milenio la compañía siguió su camino hacia el crecimiento y en 2005 inauguró la que, en la actualidad, es su planta de producción más grande. Recibió el nombre de Tecnofar y cuenta con una bodega de más de 2000 m², y en la que el monto total de la inversión fue de 7.200 millones de pesos aproximadamente. Esta planta amplió trascendentalmente el panorama de la compañía, pues los volúmenes de producción a escala, para atender a los mercados internacionales desembocaron en la generación de empleo para las personas de la región. Además, muchos procesos que se llevaban a cabo en otras plantas se trasladaron, para mejorar la eficiencia en términos de producción y distribución.



Tecnofar, sección de encapsulado.

En 2006 la compañía logró posicionarse como la distribuidora farmacéutica número uno en Ecuador en el ámbito comercial e incorpora 16 productos nuevos al mercado de dicho país. Mientras tanto en el mercado nacional se lanzan 36 nuevos productos¹⁷. Estos lanzamientos tuvieron como consecuencia la consolidación de la firma como líder en el segmento de pañales y medicamentos genéricos y cosméticos en el país.

Además, en ese mismo año, la empresa da a conocer un plan de internacionalización mediante filiales productivas en Centroamérica. Para cumplir dicho objetivo hace una alianza estratégica con la IFC (Corporación Financiera Internacional), con el compromiso de aportar a la causa 25 millones de dólares a cambio del 10% de las acciones de la firma. Por otra parte, la compañía hizo un préstamo con el Banco mundial por valor de 20 millones de dólares y con recursos propios reunieron un total de 100 millones de dólares. Con este capital comenzó un plan de expansión que ahora comprende tres plantas productivas en El Salvador y posibilidades de adquisición de infraestructura en países como México y Guatemala.



Ubicación de plantas de producción TG en Centroamérica.¹⁸

¹⁷ <http://www.tecnoquimicas.com.co/Noticias/Tecnoqu%C3%ADmicas,-una-compa%C3%B1%C3%ADa-en-constante-expansi%C3%B3n-y-crecimiento.aspx>

¹⁸ <http://www.tecnoquimicas.com.co/Plantas.aspx>

Actualmente Tecnoquímicas cuenta con 6 unidades de negocio y 9 plantas productivas, de las cuales tres se encuentran en el exterior. Atiende un mercado local de más de 27.000 clientes directos en todo el país, y sus productos están en el 99% de las droguerías independientes y de cadena de Colombia. Sus marcas llegan a más de 160.000 tiendas y abastecen a 275 EPSs y clínicas a lo largo y ancho del territorio nacional. **Exporta a 17 países, entre los que se encuentran Canadá, México, Estados Unidos, Perú, Ecuador y Bolivia. Además brinda más de 5000 empleos directos¹⁹.**

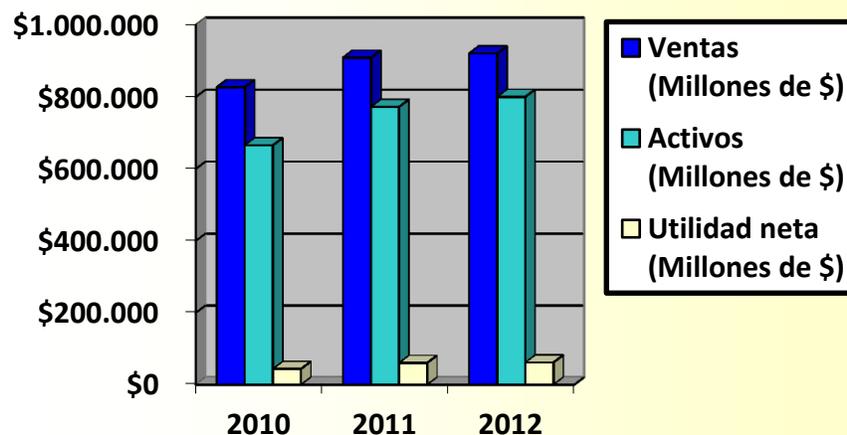


Ubicación de las plantas de producción y distribución de Tecnoquímicas S.A a nivel nacional.²⁰

En términos de crecimiento muestra que desde 2011 se ha acelerado su índice de ventas en un 16% año tras año. Para 2012 las ventas nominales fueron de 700 millones de dólares, y uno de los objetivos de la compañía es que en el cierre de 2014 las ventas superen los 1000 millones de dólares. Otro de los objetivos es duplicar la cantidad de productos vendidos en un plazo máximo de 5 años. Para alcanzar estas metas se está tratando de fortalecer la operación internacional.

¹⁹ <http://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/tecnoquimicas-hora-expansion/65985>

²⁰ <http://www.tecnoquimicas.com.co/Plantas.aspx>



Año	2010	2011	2012
Ventas (Millones de \$)	\$ 827.065	\$ 909.024	\$ 920.927
Activos (Millones de \$)	\$ 665.672	\$ 772.312	\$ 800.286
Utilidad neta (Millones de \$)	\$ 43.778	\$ 60.658	\$ 61.600

Gráfico comparativo de ventas, activos y utilidad neta hasta 2012.²¹

CONCLUSIONES

Tecnoquímicas S.A es una de las compañías más representativas e importantes del Valle del Cauca. Su labor en el ámbito industrial genera un impacto positivo para el departamento y para el país. Desde hace algunos años entró en los mercados internacionales y se perfila como una de las compañías con mayor índice de crecimiento, en términos de ventas y activos del país.

Como consecuencia de su excelente labor como gestora de empleo y bienestar para las personas que reciben de alguna forma el impacto de la empresa, se puede concluir que su misión está siendo cumplida a cabalidad y su visión está siendo alcanzada con paso firme, sin dejar

²¹ Revista Gerente, 500 empresas más exitosas de Colombia, 2012.

detalles al azar. Para dar estos gigantes pasos, la empresa se apalanca en el talento humano, en el profundo conocimiento en materia de distribución y mercadeo y en la basta tradición empresarial que la precede y que ha logrado afianzar con el pasar de estos 79 años de historia. Por estas razones, Tecnoquímicas S.A es un orgullo para la región y para el país.