



UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

Liquidación de Tributos Aduaneros y Responsabilidad Social de los Importadores y Agencias de Aduanas en Colombia

Katiana Liceth Mosquera Amaya

Universidad Nacional de Colombia
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Bogotá, Colombia

2013

Liquidación de Tributos Aduaneros y Responsabilidad Social de los Importadores y Agencias de Aduanas en Colombia

Katiana Liceth Mosquera Amaya

Tesis presentada como requisito parcial para optar al título de:
Magister en Administración

Director (a):

Ph.D. Juan Nicolás Montoya Monsalve

Universidad Nacional de Colombia
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Bogotá, Colombia
2013

Dedicatoria

A Dios por mi vida, a mis padres, hermanos, abuelos, sobrinos y esposo por su amor incondicional en todos los propósitos de mi vida.

Agradecimientos

A la Universidad Nacional de Colombia.

A mi director por su orientación en el desarrollo del trabajo.

A mis profesores por sus enseñanzas.

A mis compañeros de clases por su apoyo.

A la DIAN y a las agencias de aduanas por el suministro de información.

A todos muchas gracias.

Resumen

La investigación “Liquidación de Tributos Aduaneros y Responsabilidad Social de los Importadores y Agencias de Aduanas en Colombia”, presenta un análisis con respecto al proceso de importación de mercancías extranjeras especialmente en la liquidación y pago de tributos aduaneros como práctica de responsabilidad social empresarial – RES- de las agencias de aduanas en Colombia, por ser el tributo un instrumento para proporcionar los dineros que financian las necesidades del Estado como conglomerado social, política y jurídicamente constituido. Para el estudio se realizan encuestas a las agencias de aduanas nivel 1 ubicadas en la ciudad de Bogotá D.C. por ser las obligadas aduaneras en Colombia, mediante una investigación cuantitativa. Se concluye que las agencias de aduanas en Colombia asemejan la liquidación de los tributos aduaneros a una obligación aduanera, la responsabilidad social empresarial no va más allá de la responsabilidad aduanera que exige la normatividad.

Palabras clave: Tributos aduaneros, liquidación de tributos aduaneros, importación de mercancías, agencias de aduanas, responsabilidad aduanera, responsabilidad social empresarial.

Abstract

The research "Settlement of Customs Taxes and Social Responsibility of Importers and Customs Agents in Colombia" presents an analysis regarding the process of importing foreign goods especially in the settlement and payment of customs duties and corporate social responsibility practice - RES-customs agencies in Colombia, for being instrumental in providing tax monies fund the needs of the state as social conglomerate, politically and legally constituted. For the study are surveyed customs agencies Level 1 located in the city of Bogotá D.C. to be the customs in Colombia forced through quantitative research. Finally, the agents of customs in Colombia do see the "settlement of customs taxes as a custom obligation, the corporate social responsibility, don't go more far that the compromise and their regulations to acquired in the law.

Keywords: Tributes Customs, liquidation of customs duties, import of goods, customs brokerage, customs responsibility, corporate social responsibility.

Contenido

	Pág.
Resumen	IX
Lista de gráficas	XV
Lista de cuadros	XVI
Introducción	1
1. Capítulo 1. El Problema	3
1.1. Planteamiento del problema	3
1.1.1. Formulación del problema	4
1.1.2. Sistematización del problema.....	4
1.2. Objetivos de la investigación.....	5
1.2.1. Objetivo general	5
1.2.2. Objetivos específicos	5
1.3. Justificación de la investigación	5
1.4. Delimitación de la investigación	6
2. Capítulo 2. Marco Teórico	7
2.1. Los inicios del comercio internacional en Colombia	7
2.2. Antecedentes de la investigación.....	7
2.3. Bases teóricas y legales	9
2.4. Liquidación de Tributos Aduaneros.....	10
2.4.1. El tributo.....	10
2.4.2. La obligación tributaria	10
2.4.3. Los tributos aduaneros.....	11
2.4.4. Impuesto al valor agregado–IVA	12
2.4.5. El arancel de aduanas.....	12
2.4.6. La nomenclatura arancelaria	12
2.4.7. La codificación	13
2.4.8. El gravamen arancelario	13
2.4.9. Clasificación arancelaria de las mercancías.....	14
2.5. Responsabilidad social empresarial – RES.....	15
2.5.1. Origen del concepto de responsabilidad social empresarial	15
2.5.2. Evolución cronológica de la responsabilidad social empresarial en Colombia.....	15
2.5.3. Definición del concepto de responsabilidad social empresarial	16
2.5.4. Responsabilidad social empresarial como obligación social.....	20
▪ Calidad de vida en la empresa	21

▪	Los valores	22
▪	La ética	23
▪	Compromiso con la comunidad	25
2.6.	Las agencias de aduanas en Colombia	25
2.6.1.	Definición y clasificación	26
2.6.2.	Requisitos generales	26
2.6.3.	Requisitos específicos para las agencias de aduanas nivel 1	27
2.6.4.	Responsabilidades y obligaciones como sujetos pasivos de la obligación tributaria aduanera en Colombia	29
2.6.5.	Obligación aduanera	31
3.	Capítulo 3. Marco Metodológico	35
3.1.	Tipo de investigación	35
3.2.	Diseño de la investigación	37
3.2.1.	Investigación no experimental	37
3.2.2.	Estudio de campo	37
3.3.	Población	38
3.3.1.	Muestra	39
3.4.	Técnica e instrumentos para la recolección de datos	40
4.	Capítulo 4. Análisis de los Resultados	41
4.1.	Análisis de los resultados	41
4.2.	Estadísticas de actos administrativos en la DIAN	41
4.3.	Agencia de aduanas A	42
4.3.1.	Indicador: Liquidación de tributos aduaneros	42
4.3.2.	Indicador: Responsabilidad social empresarial	44
4.4.	Agencia de aduanas B	44
4.4.1.	Indicador: Liquidación de tributos aduaneros	44
4.4.2.	Indicador: Responsabilidad social empresarial	45
4.5.	Agencia de aduanas C	46
4.5.1.	Indicador: Liquidación de tributos aduaneros	46
4.5.2.	Indicador: Responsabilidad social empresarial	48
4.6.	Agencia de aduanas D	50
4.6.1.	Indicador: Liquidación de tributos aduaneros	50
4.7.	Agencia de aduanas E	51
4.7.1.	Indicador: Liquidación de tributos aduaneros	51
4.7.2.	Indicador: Responsabilidad social empresarial	52
4.8.	Discusión de los resultados	53
5.	Capítulo 5. Conclusiones y Recomendaciones	59
5.1.	Conclusiones	59
5.1.1.	Verificación del cumplimiento de objetivos	59
5.2.	Recomendaciones	62
A.	Anexo: Encuesta	63
	Bibliografía	65

Lista de gráficas

	Pág.
Gráfica 2-1: Un marco ético.	24
Gráfica 3-1: Distribución porcentual por nivel de las agencias de aduanas.	38
Gráfica 3-2: Distribución por domicilio principal de las agencias de aduanas.	39
Gráfica 4-1: Requerimientos especiales aduaneros por subpartida arancelaria.	42

Lista de cuadros

	Pág.
Cuadro 2-1: Cobertura del agenciamiento aduanero.....	26
Cuadro 2-2: Requisitos generales para las agencias de aduanas.....	27
Cuadro 2-3: Riesgos y consecuencias de las responsabilidades aduaneras.....	31
Cuadro 2-4: Descripción del proceso de importación.....	31
Cuadro 3-1: Tipo de investigación según el alcance de sus objetivos.....	36
Cuadro 3-2: Distribución por nivel de las agencias de aduanas.....	38
Cuadro 3-3: Distribución de las agencias de aduanas en Bogotá, D.C.	39
Cuadro 4-1: Requerimientos especiales aduaneros por subpartida arancelaria.....	41
Cuadro 4-2: Liquidaciones oficiales de corrección por subpartida arancelaria.....	42
Cuadro 4-3: Análisis de resultados.....	53

Introducción

La incorrecta clasificación arancelaria de las mercancías importadas que ingresan al territorio aduanero colombiano conlleva a una indebida liquidación de tributos aduaneros, que genera un mayor o un menor pago de tributos aduaneros (Derechos de aduanas o arancel e impuesto sobre las ventas - IVA) y sanciones pecuniarias según el caso, es decir, un mayor o menor recaudo de tributos aduaneros recibidos por el estado Colombiano, entendido este como un “conglomerado social, política y jurídicamente constituido, asentado sobre un territorio determinado, sometido a una autoridad que se ejerce a través de sus propios órganos y cuya soberanía es reconocida por otros Estados”,(Naranjo, 2006, pág. 97). La jurisprudencia considera el arancel como un instrumento de política económica, fundamental en el contexto de globalización; por eso es importante conocer las causas que generan la incorrecta clasificación arancelaria de las mercancías importadas y la responsabilidad social de las agencias de aduanas en Colombia como empresas responsables por la clasificación arancelaria de las mercancías.

Se hace necesario estudiar el proceso de liquidación de tributos aduaneros, así como la responsabilidad social de las agencias de aduanas, conocer las investigaciones presentadas por incorrectas clasificaciones arancelarias en un período de cuatro años en la Dirección Seccional de Aduanas de Bogotá, para lo cual se utilizarán datos cuantitativos suministrados por la Dirección Seccional de Aduanas, institución gubernamental directamente relacionada con el tema y se realizarán encuestas a las agencias de aduanas nivel 1 con domicilio principal en la ciudad de Bogotá D.C.

En el capítulo uno de la investigación se desarrollará el planteamiento del problema, los objetivos, la justificación y la delimitación de la investigación. En el capítulo dos se desarrollará el marco teórico en el que se establecerá los antecedentes, las bases teóricas y legales. En el capítulo tres se desarrolla el marco metodológico incluido el tipo, diseño, técnica e instrumento de la investigación, las conclusiones, las recomendaciones y la bibliografía utilizada para el desarrollo de la investigación.

1. Capítulo 1. El Problema

1.1. Planteamiento del problema

El informe presentado en el 2004 por el Centro de Política Internacional (CIP) ha planteado un debate alrededor de los impuestos en Colombia, por un lado están quienes afirman que es desproporcionado el monto de los impuestos “regresivos” en Colombia y por el otro, quienes sostienen que ha sido enorme el esfuerzo de los contribuyentes en los últimos años (Gutiérrez et. al, 2006).

Lo innegable es el problema de evasión existente. Sucede, entonces, que unos cuantos sobrellevan la carga impositiva, mientras otros evaden ésta responsabilidad. El círculo vicioso surge cuando el Estado no cuenta con suficientes recursos y, al no tenerlos, recurre a sobrecargar a aquellos sobre los que sí tiene control e influencia. La baja capacidad de recaudo por parte del Estado no es una característica singular de Colombia dentro del contexto latinoamericano.

Los tributos aduaneros (IVA y arancel) son parte de los ingresos corrientes tributarios de la nación, los ingresos corrientes de conformidad con el artículo 358 de la Constitución Política de Colombia son: “los constituidos por los ingresos tributarios y no tributarios con excepción de los recursos de capital”, por lo tanto financian gran parte de los gastos ocasionados por el estado colombiano en empleo público, bienestar, educación preescolar, primaria, secundaria y media, y la salud, en los niveles que la ley señale con especial atención a los niños, infraestructura física, mantenimiento, entre otros.

Una indebida liquidación de tributos aduaneros (IVA y arancel) originada por una incorrecta clasificación arancelaria de las mercancías importadas que determine un menor porcentaje de gravamen arancelario a pagar por las mercancía importadas, ocasiona los requerimientos especiales aduaneros, las liquidaciones oficiales de corrección y las sanciones a los importadores y/o a las agencias de aduanas, evitando o atrasando así el recaudo de los ingresos corrientes del Estado Colombiano, que en un control posterior por intermedio de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) inicia un procedimiento administrativo sancionatorio, el cual puede tardar meses y hasta tres años para determinar la liquidación de corrección, sancionar la infracción y cinco años para cobrar los tributos aduaneros dejados de pagar, con el fin de proteger el recaudo de los ingresos que debe ser al momento de su causación, para efecto de las importaciones es al tiempo de la nacionalización del bien como lo señala el artículo 429, literal d, del Estatuto Tributario: “el impuesto se debe liquidar y pagar conjuntamente con la liquidación y pago de los derechos aduaneros”.

Por otro lado, se debe mencionar que las agencias de aduanas, como declarantes en Colombia de los tributos aduaneros son responsables sin tener el carácter de contribuyentes, por expresa disposición de la ley, cumpliendo con las obligaciones tributarias materiales y formales, además tienen responsabilidad social empresarial (RSE) de realizar la clasificación arancelaria de las mercancías la cual debe ir más allá de los intereses económicos de los importadores y de estas e incorporar las demandas y necesidades de la sociedad, donde el Estado debe ejercer, inspección, control y vigilancia.

Es así como a través de esta investigación se busca analizar con la información presentada de responsabilidad social empresarial (RSE) de las agencias de aduanas en qué medida la están incluyendo como práctica cuando realizan la responsabilidad aduanera de liquidar los tributos aduaneros. De esta forma se puede observar en dónde se encuentran las principales fortalezas y debilidades de las agencias aduanas, construir una visión clara y comprensible de su situación actual, definir un plan de mejora, fijar las necesidades de capacitación de las personas encargadas de la clasificación arancelarias de las mercancías dentro de las agencias de aduanas y formular las acciones a implementar que respondan a las necesidades actuales como las necesidades futuras.

Para el análisis de las fortalezas y debilidades de las agencias de aduanas en la práctica de la RSE, se ha desagregado este concepto de acuerdo a lo establecido por la FECHAC (2012) en dos dimensiones fundamentales. En primer lugar calidad de vida en la empresa, y en segundo lugar compromiso con la comunidad, cada una de estas dimensiones, se describirá por un número determinado de indicadores de RSE.

1.1.1. Formulación del problema

Según Selltiz (1980) no hay una regla sencilla que oriente al investigador en la formulación de preguntas significativas acerca de una determinada área, es por eso que después de la problemática anteriormente descrita, se procede a la formulación que según Méndez (2006) se plantea a través de una pregunta de investigación.

¿Cómo es el proceso de liquidación de tributos aduaneros y la responsabilidad social empresarial de las agencias de aduanas en Colombia?

1.1.2. Sistematización del problema

Así mismo Méndez (2006) establece que la sistematización se formula por medio de subpreguntas y en este caso:

- ¿Cómo es el proceso de liquidación de tributos aduaneros por parte de las agencias de aduanas en Colombia?
- ¿Cuáles son los factores que afectan la liquidación de tributos aduaneros por parte de las agencias de aduanas en Colombia?
- ¿Cómo es la responsabilidad social empresarial de las agencias de aduanas en Colombia?

- ¿Existe alguna correlación entre la liquidación del tributo aduanero y la responsabilidad social empresarial de las agencias de aduanas en Colombia?

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo general

Analizar la liquidación de los tributos aduaneros y responsabilidad social empresarial de las agencias de aduanas en Colombia.

1.2.2. Objetivos específicos

- Describir el proceso de liquidación de tributos aduaneros por parte de las agencias de aduanas en Colombia.
- Determinar los factores que afectan la liquidación de tributos aduaneros por parte de las agencias de aduanas en Colombia.
- Analizar la responsabilidad social empresarial de las agencias de aduanas en Colombia.
- Establecer la relación entre la liquidación del tributo aduanero y la responsabilidad social empresarial de las agencias de aduanas en Colombia.

1.3. Justificación de la investigación

Para el proceso de nacionalización de mercancías extranjeras ingresadas al territorio nacional, es fundamental la aplicación del arancel de aduanas Colombiano (Decreto 4589 de 2006), el cual se constituye en elemento esencial y obligatorio para determinar la correcta clasificación arancelaria de las mercancías y la correcta liquidación de los tributos aduaneros a que haya lugar.

Partiendo de lo anterior y considerando además que el objetivo fiscal del estado es velar por el cumplimiento de las responsabilidades sociales que le corresponden a los diferentes sujetos que participan en los procesos aduaneros a fin de recaudar lo que en justicia corresponde, es decir, que no se genere detrimento patrimonial del estado ni tampoco enriquecimiento indebido del mismo; se hace indispensable en primera instancia, realizar una investigación que permita efectuar un análisis del procedimiento actual aplicado por los obligados en la clasificación arancelaria y en la liquidación de tributos aduaneros, establecer los factores que inciden en esta, determinar si el proceso aplicado es correcto de conformidad con la legislación aduanera y puntualizar a que sujeto le asiste la responsabilidad y su nivel de cumplimiento.

Lo anterior nos llevará a la evaluación de la viabilidad de los procesos aplicados por las agencias de aduanas en Colombia para liquidar los tributos aduaneros, las fortalezas y debilidades del mismo y la proyección de un planteamiento de correctivos para el logro del objetivo anotado anteriormente.

1.4. Delimitación de la investigación

La investigación se desarrollará en un período comprendido entre el mes de enero del año 2008 al mes de diciembre de 2011 en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales y en las agencias de aduanas nivel 1 con domicilio principal en la ciudad de Bogotá D.C.

2. Capítulo 2. Marco Teórico

El siguiente capítulo contiene todo lo relacionado con los antecedentes de la investigación y las bases teóricas que servirán de sustento a las variables.

2.1. Los inicios del comercio internacional en Colombia

En el siglo XVI las autoridades españolas con el descubrimiento del oro crearon los reales de minas, creadas como unidades administrativas para ejercer control de la producción de oro y hacer efectivo los derechos fiscales de la corona; sin embargo, para la explotación de las minas se requirió de tecnología y de una mayor inversión en el desarrollo de las actividades, razón por la que muchas de estas no se explotaron a cabalidad, los instrumentos de trabajo no lo permitieron, a esta carencia de herramientas de trabajo se le adicióno la necesidad de recursos humanos por lo que la corona facilito las importaciones en cuadrillas de esclavos, bajando los derechos de aduanas y eliminándolos en 1791, comenzó el comercio de esclavos negros, el cual favoreció al tráfico ilegal o contrabando de otras clases de mercancías.

En 1778, se promulgo el reglamento de comercio libre, se abrió el comercio con la India, además de Cartagena se habilito como puerto Santa Marta y Riohacha, se redujeron los derechos de importación y se agilizo el tráfico de mercancías a España, la cual recibía los derechos de aduana de las mercancías de venían de otros países para América. En las dos últimas décadas del siglo se fomentaron las exportaciones diferentes del oro, con productos agrícolas y manufactureros. España no quería perder el monopolio comercial que tenía con la India, ni la dependencia económica de América (Ocampo, José Antonio, 1997).

2.2. Antecedentes de la investigación

Varias son las investigaciones que han sido orientadas al estudio de la liquidación de tributos aduaneros y responsabilidad social de las empresas. A continuación se citan algunas que han hechos aportes significativos a esta investigación.

Nocete, (2005) analiza el papel que juegan las tecnologías informáticas y telemáticas en la aplicación de los tributos en el ordenamiento jurídico español. Para determinar las materias que quedan encuadradas bajo la denominación de aplicación de los tributos el autor parte de las consideraciones que la propia Ley General Tributaria realiza acerca de esta figura en su artículo 83.1, donde establece que dicha expresión comprende todas las actividades administrativas dirigidas a la información y asistencia a los obligados tributarios y a la gestión, inspección y recaudación, así como las actuaciones de los

obligados en el ejercicio de sus derechos o en cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Así pues, el autor muestra el uso que puede realizarse de las tecnologías informáticas en los tres ámbitos siguientes: en las actuaciones desarrolladas por la Administración para cumplir con su deber de información y asistencia a los obligados tributarios; en las actuaciones que conforman la denominada "colaboración social"; y en lo que respecta a los deberes de información de los contribuyentes para con la Administración Tributaria.

Así mismo Armas & Colmenares (2009), en su trabajo tuvieron como objetivo evaluar las estrategias aplicadas por la Gerencia de Tributos Internos de la Región Zuliana para desarrollar la educación y cultura tributaria de los contribuyentes. La metodología utilizada se enmarcó en las modalidades de investigación descriptiva, documental, pues se recopiló información contenida en documentos escritos, leyes, revistas, entre otros y de campo, ya que para la recopilación de la información se aplicaron técnicas propias de esta modalidad.

El diseño empleado es no experimental, transaccional descriptivo y de tipo mixto por cuanto se combinan el análisis de documentos y técnicas de campo, tales como la encuesta y entrevista. Los datos se procesaron a través de técnicas cualitativas: análisis de los contenidos, crítico y comparativo; y cuantitativas: cálculo de frecuencias. Los resultados arrojados revelan que el Estado es responsable, por intermedio de la Administración Tributaria, de la divulgación de los deberes y derechos de los contribuyentes y existe un verdadero rechazo a la idea de que la cultura tributaria sea desarrollada únicamente por el contribuyente. Se destacó que la cultura tributaria se identifica con el cumplimiento voluntario de los deberes y obligaciones tributarios por parte del contribuyente y no con la implementación de estrategias para incrementar la recaudación de tributos bajo presión, por temor a las sanciones.

Se evidenció una desinformación acerca de las estrategias y planes que adelanta la administración tributaria en pos de educar al contribuyente. Entre las conclusiones más importantes se señalan las estrategias y programas educativos utilizados por el SENIAT para desarrollar la cultura tributaria del contribuyente.

En este sentido tenemos además el autor Sanchos A. (2010), determina que el arancel es el instrumento de política comercial más importante para proteger la producción doméstica de un país frente a la competencia exterior. La aplicación práctica del arancel es compleja puesto que implica conocer conceptos tales como el valor en aduana, el origen de las mercancías, etc.

Este artículo presenta en un caso práctico cómo aplicar los aranceles en la importación de un producto, poniendo a disposición del alumno los recursos necesarios para calcular los aranceles. Este cálculo permitirá seleccionar al proveedor más competitivo entre los propuestos. Este caso ilustra cómo los aranceles determinan la competitividad internacional de un país.

Por otro lado la investigación de Oliver C. & Delgado G. (2005), analizan que el esquema actual de los procedimientos de aplicación de los tributos, se basa en dos pilares fundamentales: por un lado, el sistema de autoliquidación, que supone una importante

atribución de deberes a cargo del obligado tributario; y, por otro lado, las potestades de control de la Administración, esto es, la comprobación, tanto desde una perspectiva formal como inquisitiva, y la investigación.

La introducción de la vía telemática en la aplicación de los tributos está suponiendo una evolución en dicho sistema, en el sentido de que la Administración Tributaria, sin abandonar su papel de control del cumplimiento de los deberes tributarios por parte de los contribuyentes, potencia su papel asistencial, desarrollando una importante labor de información y ayuda al contribuyente, y descargándole de importantes deberes formales, como la presentación de declaraciones tributarias en determinados casos.

En esta línea se sitúan las comunicaciones de datos con solicitud de devolución reguladas en el artículo 100 del texto refundido de la Ley del Impuesto Sobre la Renta de las Personas Físicas. Son tres las circunstancias que facilitan este cambio en el papel de la Administración Tributaria. En primer lugar, la existencia de los deberes de colaboración con la Hacienda Pública, que constituye una pieza clave en el sistema de aplicación de los tributos, pues garantiza un flujo incesante de información imprescindible para el funcionamiento del mismo. En la misma línea se sitúa la asistencia mutua entre Administraciones Tributarias.

En segundo lugar, el empleo de potentes herramientas informáticas y telemáticas, que no sólo facilitan las labores de información y asistencia al contribuyente, sino también las de control tributario, rentabilizando el ingente volumen de información que obra en poder de la Administración Tributaria. Y, por último, el desarrollo de los derechos y garantías de los obligados tributarios en las relaciones de éstos con la Administración.

Como último antecedente el autor Ferreiro L. (2005), define que el actual sistema tributario que se aplica en España es el de la "autoliquidación", un modelo que hace recaer en los ciudadanos el peso del trabajo administrativo que se requiere para realizar las declaraciones.

Este marco normativo de aplicación de los tributos provoca con frecuencia confrontaciones entre la Administración y los ciudadanos, debido al modo de interpretar las normas tributarias. Este problema podría resolverse introduciendo la figura del "acta de acuerdo", con el fin de evitar los numerosos casos que terminan en los Tribunales de Justicia.

2.3. Bases teóricas y legales

Todo estudio sistemático requiere el desarrollo de una plataforma teórica donde sustentar sus planteamientos. Es por ello que se hace una revisión de diferentes autores que permitan asumir posiciones en cuanto a la liquidación de tributos aduaneros y a la responsabilidad social de las empresas.

2.4. Liquidación de Tributos Aduaneros

2.4.1. El tributo

De acuerdo al diccionario de la real academia española el vocablo tributo es polisémico, es decir, posee diversas definiciones, en la cuarta connotación lo define como “obligación dineraria establecida por la ley, cuyo importe se destina al sostenimiento de las cargas públicas”, es una definición precisa, que enmarca tres elementos básicos.

De acuerdo a Piza (2010, pág. 269), el tributo es la figura medular del derecho tributario, en nuestra constitución no existe un concepto explícito de tributo, su concepto ha sido definido por múltiples eruditos, expertos en la doctrina tributaria, como señala Zornoza, no existe una noción de tributo que sea plenamente válida y haya merecido la aprobación de la mayoría de la doctrina, siendo en todo caso, una denominación genérica que comprende variadas especies, no siempre definidas por el derecho positivo.

“El tributo es una obligación de realizar una prestación pecuniaria a favor de un ente público para subvenir a las necesidades de éste, que la ley hace nacer directamente de la realización de ciertos hechos que ella misma establece” (Sainz de Bujanda citado en Piza, 2010, pág. 269).

El tributo como principio y célula del sistema tributario desglosa diferentes interpretaciones, a su vez desprende un sin número de nociones, que a través de los años han sido y serán partes fundamentales del desarrollo económico de un país, que crean la historia socio-económica, regulados por las leyes, desde la Constitución Política Colombiana, que señala en el numeral 9 del artículo 95 “(...) Toda persona está obligada a cumplir la constitución y las leyes. Son deberes de las personas y del ciudadano: (...) 9. Contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado dentro de conceptos de justicia y equidad”, pasando por decretos, resoluciones, etc. Dichas nociones tales como: Impuestos, tasas y contribuciones, definidas estas como las tres modalidades específicas del tributo, generan en el ciudadano colombiano un gran grado de complejidad al intentar aprender y comprenderlas y al aplicarlas correctamente al momento de cumplir con las obligaciones impuestas por la autoridades competentes, generándose así, multas y sanciones.

2.4.2. La obligación tributaria

La tributación se refiere al conjunto de deberes que compete a todos los ciudadanos sobre sus rentas, propiedades, mercancías, o los servicios que prestan, con el fin de contribuir al sostenimiento del Estado y del gasto público. El tributo tiene esencialmente un carácter dinerario, la cual su fuente es la ley y se deriva una consecuencia: la obligación de pago de tributo (Piza, 2010).

El artículo 1 del Estatuto Tributario Colombiano señala: “la obligación tributaria sustancial se origina al realizarse el presupuesto o los presupuestos previstos en la ley como generadores de impuesto y ella tiene por objeto el pago del tributo”, según Piza Rodríguez (2010) “la obligación tributaria es un vínculo o una atadura impuesta y regulada por la ley con sustento en el deber de contribuir, establecido a favor del Estado,

acreedor, y a cargo de un sujeto tributario, deudor y cuyo objeto es el cumplimiento de una prestación”, a su vez está integrada por el hecho generador, el sujeto activo, sujeto pasivo, la base gravables, y la tarifa.

Para el caso de las importaciones, el hecho generador es el momento en que se causa el impuesto, que es al tiempo de la nacionalización de las mercancías, siendo el sujeto activo el Estado, el sujeto pasivo es el responsable del pago del impuesto, es decir, el importador o en su falta la agencia de aduanas, la base gravable en las importaciones es el valor en aduanas de las mercancías y la tarifa para las importaciones es la misma para los productos nacionales (artículo 468 del Estatuto Tributario).

Como sujeto activo encargo del Estado Colombiano está la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, entidad pública del orden nacional adscrita al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, que se encarga de la administración de los impuestos a nivel nacional, su fiscalización, liquidación y recaudo, específicamente la función de la DIAN es “administrar con calidad el cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias”. Adelante estudiaremos las agencias de aduanas como sujetos pasivos en las importaciones.

2.4.3. Los tributos aduaneros

Bajo el término “tributos aduaneros” o “gravámenes al comercio exterior” se agrupan todas las cargas derivadas de las operaciones de importación o exportación en los países, esto incluye los “tributos” además de otras cargas no pertenecientes a este concepto (Pardo, 2010, pág. 3).

Así mismo, Pardo se refiere a los tributos aduaneros como “toda clase de erogaciones que se realizan por efecto o con motivo del ingreso o salida de mercancía”, a su vez como “todas las exacciones de carácter tributario que se cobran con motivo de la operación de comercio exterior, diferentes de los tributos internos”.

Encontraremos diversos términos dentro del marco del comercio internacional, debido a la legislación de cada país, por ejemplo: “derechos aduaneros, aranceles, impuestos aduaneros, derechos de aduanas, gravámenes aduaneros, rentas de aduanas”, etc.

En Colombia el Decreto 2685 de 1999 en su artículo 1° define el término tributos aduaneros: Esta expresión comprende los derechos de aduanas y el impuesto sobre las ventas IVA, y derechos de aduana: todos los derechos, impuestos, contribuciones, tasas y gravámenes de cualquier clase, los derechos antidumping o compensatorios y todo pago que se fije o se exija, directa o indirectamente por la importación de mercancías al territorio aduanero nacional o en relación con dicha importación, lo mismo que toda clase de derechos de timbre o gravámenes que se exijan o se tasan respecto a los documentos requeridos para la importación o, que en cualquier otra forma, tuvieren relación con la misma. No se consideran derechos de aduana, el impuesto sobre las ventas, ni los impuestos al consumo causados con la importación, las sanciones, las multas y los recargos al precio de los servicios prestados.

En esta investigación, estudiaremos los tributos aduaneros, sin profundizar en cada una de las especies de los derechos de aduanas descritos en el Decreto 2685 de 1999 (derechos, impuestos, contribuciones, tasas y gravámenes), solo lo que compete al

gravamen arancelario o tarifa arancelaria llamado arancel y al impuesto sobre las ventas – IVA sin sus exenciones ni exclusiones.

Es importante aclarar que el arancel solo se causa cuando se realiza una importación o introducción de mercancías extranjeras al territorio aduanero nacional, definido por la Organización Mundial de Aduanas (OMA) en su glosario “el territorio en el cual las disposiciones aduaneras de un Estado son plenamente aplicables”, es decir, el arancel es un tributo aduanero externo, sin embargo el IVA es además un tributo interno.

2.4.4. Impuesto al valor agregado–IVA

El impuesto al valor agregado, es un impuesto indirecto, de orden nacional, que se causa al momento de la importación, compra de un bien o prestación de un servicio, es decir, grava las adquisiciones.

En la introducción legal de mercancías al Territorio Aduanero Nacional el IVA es causado al tiempo de nacionalización de las mercancías (artículo 429 literal d del Estatuto Tributario), cuya base para su liquidación es el valor en aduanas más la tarifa de arancel, declarada en la declaración de importación por el sujeto pasivo, el importador o la agencia de aduana según sea el caso.

2.4.5. El arancel de aduanas

Con el propósito de tener un ordenamiento de las mercancías, hablar un idioma común y facilitar las operaciones comerciales entre los países del mundo, las Naciones Europeas crearon la Nomenclatura de Bruselas de 1913 y la Nomenclatura de Ginebra o Nomenclatura arancelaria de la sociedad de las Naciones.

Según Ibarra (s/f) el arancel es un marco normativo, ordenado de acuerdo a una estructura que contiene un listado de mercancías a las cuales se les asigna un gravamen determinado que se causa en el momento en que se realiza el hecho generador de la obligación aduanera. Puede decirse que se compone de dos partes: Un listado de mercancías o nomenclatura arancelaria y el gravamen.

2.4.6. La nomenclatura arancelaria

Es el listado de mercancías que compone el arancel de aduanas, en este se encuentran todos los bienes aptos de ser comercializados internacionalmente, bajo un gravamen o exento de este, según el acuerdo comercial que tenga cada país y con las condiciones de ingreso que este establezca; los bienes están agrupados de acuerdo a su nivel de elaboración, comenzando por los animales vivos y productos del reino animal hasta los objetos de arte o colección y antigüedades, para Pardo (2010) la nomenclatura arancelaria facilita el ordenamiento de las mercancías, con el objeto de hacer posible la asignación de un gravamen y la determinación del régimen jurídico por el cual se va a regir cada una de ellas.

Ya vimos cómo está compuesto el arancel de aduanas, ahora veamos la estructura, la cual se debe tener en cuenta al momento de clasificar un bien que se quiera importar al territorio aduanero nacional.

2.4.7. La codificación

La codificación contiene toda las mercancías susceptibles de comercio exterior, estructurada en las secciones, capítulos y subcapítulos, estos contienen las posiciones arancelarias; las notas legales, están al inicio de las secciones y de los capítulos, son obligatorias, precisan el sentido y alcance de los títulos de las partidas para facilitar la clasificación de las mercancías; las notas de interpretación fijan el procedimiento para clasificar una mercancía, estas dan los criterios de interpretación que permiten la clasificación en los géneros descritos por los títulos de la nomenclatura arancelaria; las notas explicativas se refieren al alcance de la codificación, sobre las notas legales y las de interpretación, definen los bienes sobre los cuales se aplica la nomenclatura arancelaria.

2.4.8. El gravamen arancelario

El gravamen arancelario es uno de los tributos más antiguos, inicialmente se usó para proteger los países en sus relaciones comerciales con otros, pero debido al gran auge económico de la globalización, los cambios en el comercio internacional, la integración económica, es decir, a los acuerdos comerciales, pierde relevancia.

El arancel se trata de un impuesto instantáneo que se causa en el momento de la nacionalización; en el aspecto espacial no presenta mayores dificultades puesto que grava justamente la introducción o nacionalización de bienes al territorio nacional (Piza, 2010, pág. 464). Según Ibarra (s/f) el arancel es la tarifa con que se grava cada uno de los artículos objeto de comercio internacional. Por tarifa se entiende la cifra, coeficiente o porcentaje que se aplica sobre la base gravable para determinar la cuantía del tributo (Bravo, 1997 citado en Pardo, 2010 pág. 460).

El vocablo “arancel”, proviene del árabe hispánico “alinzál”, y éste del árabe clásico “inzál” y hace referencia a la tarifa oficial que determina los derechos que se han de pagar en varios ramos, tales como las aduanas (Pardo, 2010 pág. 481). El vocablo “tarifa” proviene al parecer del nombre de la localidad española Tarifa, ciudad en el extremo de la península y vecina de Gibraltar, en los tiempos de los moros, percibían ciertos impuestos por la entrada y salida de mercancías (Villabí, pág., 69 citado en Pardo, 2010, pág. 467).

Las tarifas de los derechos de aduanas son de diversa naturaleza dependiendo si existe o no tratados comerciales; si no existe se aplica la tarifa general y si existe tratado se aplica la tarifa contractual convencional. También está la tarifa diferencial que se aplica sobre las mercancías provenientes de países con los que existe oposición comercial o política, y la tarifa preferencial, que se aplica en los países que con los que hay un tratamiento especial de favor, es decir, tratados de comercio en los que se pacta la cláusula de nación más favorecida (Griziotti, pág. 360, citado en Pardo, 2010 pág. 463).

El gravamen arancelario es una de las especies más importantes de los derechos de aduanas de un país, que el gobierno nacional usa con un destino eminentemente económico y proteccionista, con la intención de gravar la entrada definitiva de los productos extranjeros a nuestro país, usándolo como herramienta. El arancel constituye una herramienta fundamental de política comercial, se usa para gravar todas las mercancías imponiendo tarifas, derechos; también se trata de un elemento de política fiscal y un instrumento que determina el costo de ingresar a un mercado.

Toda las medidas que afecten el tráfico internacional de mercancías constituye una barrera o restricción, los derechos e impuestos arancelarios son la única barrera económica aceptada por la OMC (Organización Mundial de Comercio), con excepción de los tributos internos, siempre y cuando estos no discriminen el producto importado frente a la mercancía nacional. La comunidad internacional, desde la época del Acuerdo del GATT de 1947, busca mecanismos que reduzcan las barreras económicas, evitando la discriminación fiscal y buscando la armonización, incluso para los impuestos internos como el impuesto sobre las ventas y en otros derivados de las operaciones de comercio exterior, (Pardo, 2010, pág., 3).

Según Hensel, Griziotti y Giannini citados por Pardo (2010) los derechos de aduanas pueden ser puramente fiscales o solamente protectores o bien reunir ambos caracteres, dentro de un mismo país los tributos aduaneros pueden cumplir funciones de índole fiscal o extrafiscal (económica, de política comercial, de incentivos o protección a un sector de la producción). En el mismo sentido Rueda citado por Pardo dice que los derechos aduaneros no pueden verse como impuestos sino en cuanto consiguen finalidades fiscales, puesto que cuando buscan finalidades económicas no se está frente a un impuesto propiamente dicho.

Por otro lado, Pardo (2010) establece que el arancel aduanero tiene un ámbito espacial de aplicación denominado “territorio aduanero”, que se distingue del ámbito de aplicación de los demás tributos, que es el territorio nacional.

2.4.9. Clasificación arancelaria de las mercancías

La liquidación de los tributos aduaneros en Colombia en una declaración de importación se realiza cuando la agencia de aduanas clasifica las mercancías que se van a importar en el listado de mercancías que compone el arancel de aduanas, asignándole una subpartida arancelaria la que estipula una tarifa de gravamen arancelario y de IVA, que aplicada al valor en aduanas de las mercancías importadas, que es el valor base para la liquidación de los tributos aduaneros, resulta el valor a pagar por impuestos al Estado Colombiano por parte del importador, con el fin de nacionalizar la mercancía y obtener su libre disposición como a su vez contribuir con el funcionamiento de los gastos e inversiones del Estado.

2.5. Responsabilidad social empresarial – RES

2.5.1. Origen del concepto de responsabilidad social empresarial

Abreu, J. L. y Badii, M. (2006) en su análisis de responsabilidad social empresarial señalan a Zaratustra como el primer filósofo de la humanidad nacido en la Antigua Persia y creador del término responsabilidad social “*Vohû Khshathra Vairya*” en su lengua natal el avesta, quien fue un exitoso empresario dedicado ganadería y a la cría de caballos, que desarrollo una filosofía basada en la responsabilidad social y en tres pilares fundamentales: Buenos pensamientos, buenas palabras y buenas acciones. Al tratar de definir su filosofía sobre el tema enfrente muchas dificultades pero logró extenderla en el imperio persa, propuesta en el primer tratado de ética conocido por la humanidad: Los Gathas. Declaró que cada persona debe escoger servir a la sociedad y al mundo viviente, que la sociedad debe basarse en la familia, el distrito, el estado, el país y el mundo, sin que exista superioridad racial.

El concepto de RSE cobra relevancia después de la revolución industrial, cuando la sociedad se manifestó en contra de las condiciones de explotación de los trabajadores por parte del sector industrial; lo que generó una respuesta y el surgimiento de líderes empresariales (Fernández, R. 2009 citado por Díaz, 2012).

2.5.2. Evolución cronológica de la responsabilidad social empresarial en Colombia

En Colombia el concepto de RES en Colombia se desarrolla bajo algunas características que condicionan los comportamientos como son: el catolicismo, el peso de las empresas multinacionales en la economía, la desigualdad socio-económica, la pobreza y la dimensión del sector informal (Raufflet, E y Barrera, E 2010 citado por Díaz, 2012).

Los avances más significativos de la RES en Colombia según Díaz, (2012) son:

- “A finales de la década de 1950, las empresas estimaban que las contribuciones parafiscales y los aportes a la seguridad social eran parte fundamental de su RSE. De la misma manera los ciudadanos percibían la RSE en el respeto por los derechos laborales (73%) a pesar de ser una obligación de carácter legal.
- En 1961, La familia Carvajal creó la Fundación Carvajal con el fin de promover el cambio y el desarrollo social, constituyéndose en un mecanismo para compartir las ganancias de su empresa con toda la comunidad.
- En 1963, la familia Echavarría Olózaga conformó la Fundación Corona, fundación privada sin ánimo de lucro, orientada a mejorar la competitividad de empresas pequeñas.
- En 1977, Fabricato y Enca hacen un intento para medir su gestión social por medio del primer balance social.
- En 1980, la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), elabora el primer modelo de balance social basado en el modelo francés. La definición que presenta la ANDI sobre RSE queda traducida en los dos componentes del balance

social: El área interna que corresponde a los trabajadores y la externa relacionada con la comunidad.

- En los años 90, la RSE en Colombia se fortalece con la Constitución Nacional, al señalar en el artículo 333 que “la empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones”. Esta iniciativa fue respaldada con la creación del Centro Colombiano de RSE y otras corporaciones sin ánimo de lucro”.

Gómez, M. y Quintanilla D. (2012) analizan los sectores a los que pertenecen las empresas que han producido informes de RSE, “en el caso colombiano, el sector energía representa el 36%,22, seguido por alimentos y bebidas y logística cada uno con 14%, el sector financiero y las telecomunicaciones tienen una participación de 9%”. En su análisis concluyen que en el concepto de RSE en Colombia se evidencian por lo menos tres aspectos:

“1. Las empresas públicas comienzan a producir estos informes. Es de destacar que desde 2006 Isagen, una de las empresas públicas antioqueñas más representativas, hubiese iniciado el proceso de producción de estos informes y que luego otras entidades públicas siguieran esta senda. De esta manera, el sector público y las empresas que son monopolios públicos se acogen a la dinámica de reporte de las grandes corporaciones internacionales; 2. La expansión al contexto universitario, como en el caso de la Universidad Tecnológica de Bolívar, evidencia la extensión de la lógica de la responsabilidad de las empresas a entidades cuyo objeto social es, al menos formal e idealmente, diferente a la maximización de beneficios; y 3. La falta de consistencia y persistencia en el reporte, y las altas valoraciones del auto cumplimiento evidencian la prevalencia de una mirada utilitarista de la RSE, resguardada en su voluntariedad, en búsqueda bien de marketing o bien de legitimación.”

2.5.3. Definición del concepto de responsabilidad social empresarial

Existen cuatro argumentos para desarrollar la responsabilidad social empresarial: La moral, los negocios, lo económico y lo social. (De la Cuesta, M. 2004 citado en Díaz, 2012).

El Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE) define la responsabilidad social empresarial como: “la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (*stakeholders* o grupos de interés). De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno.

Al hablar de la capacidad el CCRE se refiere principalmente a la habilidad para el buen ejercicio de una gestión empresarial que atraviesa los diferentes escenarios de actuación de las empresas, estos son: Normativo, que hace referencia al conjunto de leyes y normas generales que las diferentes instancias del estado dictan para regular el funcionamiento de las empresas, los mercados y la competencia. Operacional, que hace

referencia a los factores que permiten que las empresas produzcan bienes y presten servicios de acuerdo a sus objetivos corporativos. Económico, que hace referencia a los recursos relacionados con la creación de valor y rentabilidad, capital e inversiones, costos, precios, tarifas y prácticas de mercado. Social, que hace referencia a los aspectos que vinculan el quehacer de la organización con el contexto social en el que actúa, de modo que le permita contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad. Ambiental, que hace referencia a los aspectos para la identificación del impacto ambiental, la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible.

El concepto de RSE se corresponde con una visión integral de la sociedad y del desarrollo que entiende que el crecimiento económico y la productividad, están asociados con las mejoras en la calidad de vida de la gente y la vigencia de instituciones políticas democráticas y garantes de las libertades y los derechos de las personas. El fin general de la economía es proporcionar bienestar a la sociedad y que dichas demandas sociales se expresan insuficientemente en las normas legales, lo que implicaría un compromiso más profundo y exigente de los actores económicos con el resto de la sociedad”.

Para el Centro Interamericano de Investigación y Documentación de Formación Profesional (CINTERFOR), “la definición de la responsabilidad social de la empresa admite varias acepciones, pero todas coinciden en que se trata de un enfoque que se basa en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas centrados en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Se emplea para describir una amplia variedad de iniciativas de orden económico, social y medioambiental tomadas por empresas, que no se fundan exclusivamente en requisitos jurídicos y son, en su mayoría, de naturaleza voluntaria”.

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) reconoce la RSE como un “comportamiento institucional que en América Latina se lleva en práctica cada vez con mayor frecuencia, más que ser filantropía o apoyo caritativo, es una forma de demostrar que el crecimiento económico de un país o región debería ir de la mano con el crecimiento social”.

La Comisión de las Comunidades Europeas (COM, 2001) define el concepto de RSE como “integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.

La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medioambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación del ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad. Abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.

De igual manera, define la RES como un arreglo en el cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Aunque la responsabilidad principal de las empresas consiste en generar

beneficios, pueden contribuir al mismo tiempo al logro de objetivos sociales y medioambientales, integrando la responsabilidad social como inversión estratégica en el núcleo de su estrategia empresarial, sus instrumentos de gestión y sus actividades.

El Banco Mundial precisa que la RSE “es el compromiso de las empresas para comportarse éticamente y para contribuir al desarrollo económico sustentable trabajando con todos los *stakeholders* relevantes para mejorar sus vidas en maneras que sean buenas para la empresa, la agenda del desarrollo sustentable y la sociedad en general”.

Para el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) “es una visión sobre la empresa que concibe el respeto a los valores éticos, a las personas, a las comunidades y al medio ambiente como una estrategia integral que incrementa el valor añadido y por lo tanto, mejora la situación competitiva de la empresa. La RSE se trata más bien de un conjunto comprensivo de políticas, prácticas y programas que se incorporan a todas las operaciones y procesos de toma de decisión empresariales.

Durante la última década, el número de empresas que han reconocido los beneficios empresariales asociados a las políticas y prácticas de RSE ha ido creciendo. Las empresas también se han visto incentivadas a adoptar o ampliar sus estrategias de RSE como consecuencia de las presiones procedentes de consumidores, proveedores, empleados, comunidades, inversores, organizaciones de activistas y otras partes interesadas. El resultado de todo esto ha sido un espectacular incremento de la RSE en los últimos años, con empresas de todos los tamaños y sectores desarrollando estrategias innovadoras”.

Para el Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala (CENTRARSE) la responsabilidad social empresarial es “hacer negocios basados en principios éticos y apegados a la ley. La decisión de hacer negocios rentables, de forma ética y basada en la legalidad es realmente estratégico, ya que con esto generara la lealtad del cliente, satisfaciendo sus necesidades, empezando por proveerle un lugar donde pueda transmitir sus necesidades y quejas, y genera credibilidad, la empresa que es respetuosa de las personas, comunidades, medio ambiente y la sociedad en su conjunto proyecta una reputación que le garantiza mayor sostenibilidad en el tiempo, reduciendo riesgos, anticipándose a situaciones que pueden afectar la empresa, mayor agilidad para reaccionar y adaptarse y generando confianza.

La RSE es el rol que le toca jugar a las empresas a favor del desarrollo sostenible, a favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente. Las empresas deben pasar a formar parte activa de la solución de los retos que tenemos como sociedad, por su propio interés de tener un entorno más estable y próspero. El objetivo principal que persigue la responsabilidad social empresarial radica en el impacto positivo que estas prácticas generen en los distintos ámbitos con los que una empresa tiene relación, al mismo tiempo que contribuya a la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

Las empresas tienen la responsabilidad de conocer el entorno en el que operan. Deben tener un claro conocimiento de todo lo que rodea su empresa, no solo en términos geográficos, sino en términos del conjunto de reglas, leyes que rigen su operación, y todas las actividades relacionadas directa e indirectamente con la empresa. La empresa

puede orientar sus prácticas responsables hacia el interior de la empresa o hacia fuera de la empresa.

En el área interna, estas prácticas están enfocadas en valores y transparencia que definan el actuar de la empresa, e inciden directamente en los actores internos (colaboradores). Las prácticas externas están vinculadas a toda la cadena productiva (proveedores, consumidores y clientes) Además, abarcan temas como el respeto al medio ambiente, las comunidades que los rodean y al Estado.

La empresa socialmente responsable debe serlo en principio desde su interior porque su principal responsabilidad es con sus colaboradores, que finalmente son los que hacen posible el negocio. Una empresa en la que se adoptan valores éticos, existe transparencia en las operaciones y se cumple con los requerimientos legales, transmite mayor confianza a lo externo con sus proveedores, clientes, gobierno y con la sociedad en su conjunto.

En el contexto interno se consideran las siguientes dimensiones: El cumplimiento del marco legal ya que es necesario reconocer que la empresa no puede ser responsable socialmente si no está cumpliendo, antes que nada, con el régimen legal ya que ésta es la base de cualquier acción de RSE y el fundamento para el desarrollo de cada uno de nuestros países. Recordemos que la evasión y la falta de transparencia no son sinónimos de competitividad y que tenemos que pasar de ventajas comparativas a ventajas competitivas sostenibles en el largo plazo.

El desarrollo de la persona dentro de la empresa. Los colaboradores son necesarios para el éxito de cualquier empresa, y en la medida en que estén más capacitados, más motivados, mejor tecnificados y con buenas condiciones laborales, la competitividad de la empresa será mayor logrando así maximizar la productividad de las empresas.

La participación en el diseño y ejecución de políticas de Estado es la participación del empresariado en la agenda social de los países, toda vez que el desarrollo productivo de un país está estrechamente ligado al desarrollo de sus habitantes. La formulación de planes de nación de largo plazo, la ejecución de las acciones y cambios estructurales, así como la evaluación de los resultados, son funciones que el sector privado debe compartir con sus gobernantes para garantizar su continuidad y consecución. Las prácticas de interacción con las decisiones gubernamentales y diseño e implementación. Contribuir a generar un mejor clima de negocios.

Así mismo es importante resaltar que las acciones externas con la sociedad y otros, aunque son las más visibles, no hacen que la empresa sea responsable con la sociedad si no ha cumplido la RSE a lo interno. Son dos razones las principales, y la primera es que ese tipo de acciones no incrementan directamente la productividad de la empresa por lo tanto no contribuye a largo plazo a su competitividad y sostenibilidad. La segunda, desde el punto de vista de imagen, es que los efectos de las acciones a lo externo de la empresa contribuyen muy poco si no son respaldados por las acciones a lo interno. En cierto sentido no es legítimo que la empresa se quiera proyectar hacia fuera como una empresa responsable socialmente, si a lo interno no ha cumplido con las condiciones necesarias”.

2.5.4. Responsabilidad social empresarial como obligación social

Esta investigación profundizará la responsabilidad social empresarial desde el enfoque social por la finalidad esencial del tributo, la cual es recaudatoria, en el sentido de servir de medio para proveer los fondos que financian las necesidades del Estado (Piza, 2010, pág. 270) es decir, por su fin socio-económico: ser un instrumento para solventar las necesidades de los ciudadanos tales como empleo público, bienestar, educación, salud, infraestructura física y mantenimiento entre otras, a partir de la contribución monetaria, debido a su carácter dinerario y a su obligación de pago; pretendiéndola indagar en las agencias de aduanas, a partir de las peticiones sociales dominantes: La declaración y el pago del tributo. Igualmente por su objetivo extrafiscales y/o económico, servir como instrumento de desarrollo y estabilidad económica, encauzar la economía y ser regulador de la misma.

De acuerdo a las consideraciones de Ivancevich (1997, pág. 111) una compañía se compromete a una conducta socialmente responsable cuando únicamente busca el beneficio dentro del marco de restricciones impuesto por la ley. Dado que la sociedad presta primariamente su apoyo a los negocios permitiéndoles existir, los negocios están obligados a recompensar a la sociedad realizando beneficios. De este modo y según este punto de vista, la conducta de las agencias de aduanas con respecto a la liquidación de los tributos aduaneros se considera socialmente responsable cuando se efectúa con lo establecido en las normas y toda conducta que no se efectúa conforme a estas reglamentaciones se tiene por socialmente irresponsable.

Por responsabilidad social empresarial (RSE) se entiende las prácticas de una empresa respecto a terceros, tales como clientes, competidores, gobierno, empleados, proveedores, y acreedores. Lo que se entiende por responsable socialmente, difiere entre industrias y de una empresa a otra. (Ivancevich, 1997; pág. 11). Las empresas están conformadas por personas miembros de una sociedad, por lo tanto sus actuaciones deberían estar guiadas por valores dirigidos principalmente a la sociedad que pertenecen.

De acuerdo a las consideraciones de la Fundación del Empresariado Chihuahuense (FECHAC, 2012) actuar con responsabilidad social significa cumplir integralmente con la finalidad de la empresa en sus dimensiones económicas, social y ambiental en sus contextos interno y externo. Para lograrlo la empresa en su conjunto adopta una actitud ética en todas sus acciones donde se busca por igual:

- El desarrollo integral de sus empleados.
- El desarrollo de su comunidad.
- El cuidado y la preservación del medio ambiente.
- La generación de riqueza.

De los anteriores conceptos se puede inferir que una agencia de aduanas es responsable cuando cumple, como mínimo, con la normatividad aduanera y sus obligaciones legales; y adicionalmente cuando considera a sus empleados, su capital más valioso; está

conformada por personas socialmente responsables con el Estado; está sensibilizada con la problemática social de su comunidad; conserva el medio ambiente; y compete y actúa con lealtad y honestidad.

▪ **Calidad de vida en la empresa**

Una empresa ofrece calidad de vida en su interior cuando opera éticamente y se interesa por el bienestar de quienes la integran. Una organización sana y dinámica, ofrece a todo su personal oportunidades interesantes de crecimiento. Crea internamente un ambiente de trabajo favorable, estimulante, seguro, creativo, no discriminatorio y/o participativo en el que todos sus miembros interactúan bajo bases justas de integridad y respeto que propician su desarrollo humano y profesional contribuyendo a que alcancen una mejor calidad de vida. Por ello recibirá beneficios como la eficiencia y responsabilidad individual y colectiva; un balance de vida personal y laboral; el impacto positivo en la productividad, relaciones obrero-patronales sanas y la percepción de la empresa como altamente productiva, humana y socialmente responsable.

La estructura de la organización no es una simple definición de jerarquías sino la delineación de un espacio para el desarrollo de personas que debe brindarles la posibilidad de aplicar al máximo su capacidad al servicio de los objetivos de la institución. El desarrollo de la empresa está ligado al desarrollo del personal que la integra. Esto puede verse de dos maneras: como una restricción o como una oportunidad. Sin duda las empresas más progresistas son aquellas que incorporan personas dispuestas a impulsar con toda su capacidad el desarrollo de sus empresas. Identificarlos y propiciar su crecimiento es función esencial de la dirección de la empresa.

La remuneración del personal es una decisión que no se puede tomar unilateralmente. Las empresas más importantes compiten por los mejores recursos humanos en el mercado laboral: un espacio en el que se juegan no sólo salarios y prestaciones sino también otros satisfactores tales como la participación en la propiedad y en la toma de decisiones.

Por otro lado, el desarrollo del potencial de los miembros de la organización se estimula e impulsa mediante:

- El compromiso de la dirección de la empresa con el desarrollo de su personal.
- El análisis de las características y circunstancias específicas del personal existente para ofrecerles capacitación adecuada.
- La realización y evaluación de acciones de capacitación.
- La orientación de los programas de mejora continua con propósitos de capacitación.
- La articulación de los valores éticos.

La capacitación es sobre todo una función para el futuro. Desarrolla recursos que son susceptibles de crecimiento. En este sentido, la capacitación es una inversión y de las más rentables. Importa, por lo tanto, una capacitación proactiva, no centrada en el cumplimiento de obligaciones sino en el desarrollo de capacidades. Un programa de mejora continua faculta al personal para que participe y coopere. Los programas de mejora continua son por tanto medio y expresión de la capacitación.

La declaración de los valores éticos corporativos es una herramienta vital para apoyar a los gerentes y empleados a tomar decisiones consistentes con la misión y filosofía de la empresa; es una guía que especifica la forma en que la compañía conduce su negocio. La formación ética de los empleados puede hacerse mediante reuniones informales de pequeños grupos para discutir temas éticos que surgen en la empresa o a través de un programa formal de entrenamiento sobre ética, incentivando la participación colectiva en la identificación de los valores éticos de la empresa. Lo más importante es permear a la organización con los valores éticos, difundirlos y enfatizar el compromiso de los empleados y la organización con ellos.

▪ Los valores

Según Ivancevich (1997, pág. 93) los valores representan las convicciones sobre el hecho de que un modo específico de comportamiento es personal o socialmente preferible a otro. Son representaciones de comportamientos socialmente aceptables, que están dentro de los individuos y ayudan a la empresa a conocer e interpretar las actitudes y las motivaciones de sus empleados.

“Los valores que los empleados llevan consigo al lugar de trabajo les fueron inculcados en gran parte, a lo largo de los primeros años de su vida por sus padres, maestros, parientes y amigos. Las discusiones y los comentarios que un joven escucha en su casa, en la calle o en la escuela ponen los cimientos de los valores que sostendrá después a lo largo de su vida. Los valores son relativamente estables y duraderos. Los valores pueden cambiar con la edad, con experiencias vitales significativas, con mayor educación y con el logro del éxito” (Ivancevich, 1997).

En el mismo orden de ideas, la DIAN (2009) define los valores como el resultado y el origen de las acciones, pensamientos y emociones humanas. Se construyen día a día, segundo a segundo, con cada acción, con cada pensamiento, con cada sentimiento que se experimenta. Ellos orientan lo que el ser humano decide, hace, piensa y siente, todos los días y en cada momento de su vida. Son lo que se considera valioso.

Los valores se orientan a la construcción de la bondad, la belleza y la verdad, que son las cualidades de una buena vida, es decir, de una vida ética. La práctica de los valores garantiza el bien de la persona, de sus semejantes, de la naturaleza y del entorno. Actuar de acuerdo con los valores es una forma de orientar la acción humana y el desarrollo humano y cultural de una manera integral. La acción guiada por valores garantiza la prevalencia de la verdad.

Los valores armonizan la existencia. Gracias a ellos, lo que se hace honra al ser interior, se experimenta la paz consigo mismo y con los demás, y lo que se tiene se usa bien y se comparte. Los valores se hacen visibles en el comportamiento de las personas. Lo que se hace o se deja hacer, lo que se dice o se deja de decir, indica la presencia de valores. Por eso es que cuando nos orientamos por valores damos buen ejemplo y cuando nos orientamos por antivalores damos mal ejemplo, sin necesidad de proponérselo. Los valores crean confianza y nos hacen personas confiables porque garantiza la rectitud de nuestras acciones.

Los valores cambian de una cultura a otra, además los mismos valores se entienden de una manera diferente en culturas diferentes. Los valores adquieren sentido cuando son interiorizados por las personas. De lo contrario no son más que declaraciones o piezas comunicativas.

La práctica de los valores institucionales facilitan la coordinación de los elementos del modelo de gestión, el tránsito por las rutas estratégicas institucionales, el despliegue de la política de gestión y el cumplimiento de los objetivos y metas institucionales, dado que crea condiciones culturales favorables para su arraigo y desenvolvimiento. Si fundamentamos la gestión cotidiana en nuestros valores institucionales garantizamos el cumplimiento de nuestra responsabilidad social.

Los valores corresponden a aquella forma de ser y de actuar de los individuos que son altamente deseables como atributos o cualidades, en la medida que posibilitan la construcción de una convivencia gratificante que dignifica la interrelación de los seres humanos y su entorno, incluido el laboral.

▪ **La ética**

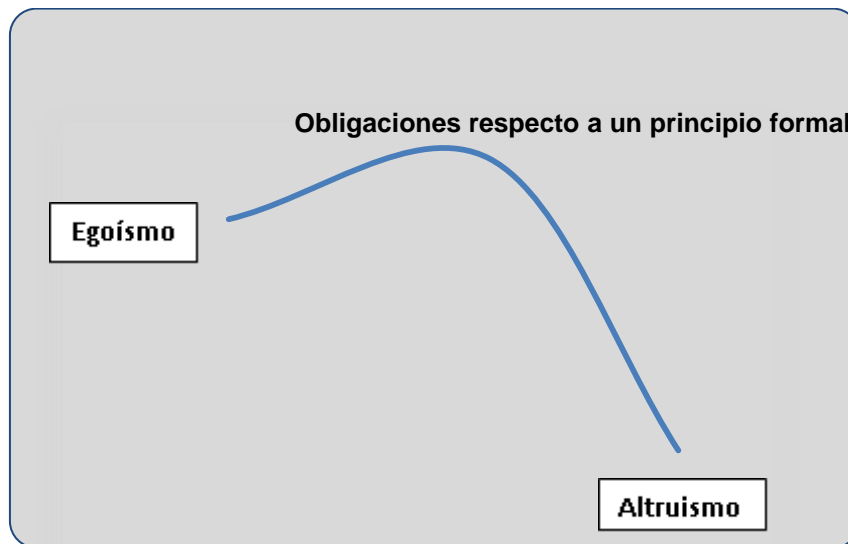
Las normas que rigen el sistema tributario en Colombia son versátiles y especialmente para clasificar en el arancel de aduanas una mercancía objeto de ser importada, es difícil decir que la ética es honestidad si se relaciona con los deberes de los obligados tributarios.

Es necesario tener un conocimiento claro y preciso de cuáles son las conductas éticas para poder dirigir y orientar nuestras actividades hacia ese bien, evitando destruir a la sociedad y a nosotros mismos. La ética nace de los individuos, de sus conocimientos y de sus actos.

Ahora bien, de manera general el significado etimológico de la ética es la palabra griega *ethos* que significa “morada”, cimentada en la estructura de la persona. Por lo tanto es la ciencia de los actos humanos encaminados hacia el bien Horta E. (1994, pág. 36).

Para Ivancevich (1997) se define como “La conducta que es razonable y justa y que trasciende a leyes y reglamentaciones. No es la ley, puede estar por encima de la ley”. El filósofo griego uilón dijo que era mejor para un comerciante perder dinero que obtener ganancias poco honestamente. No son las empresas, son los individuos los que son éticos o inmorales, no es exclusiva en algunas profesiones, no es más ni es menos en el tiempo presente que en el pasado.

Para este autor el dilema ético con el que se encuentran las empresas es el conflicto entre el rendimiento económico y el social, el cual se puede resolver en el proceso de toma de decisiones, la cual recae sobre ellos mismos, sobre la empresa y sobre la sociedad. La figura muestra un modelo simplificado de la conducta ética con tres bases diferentes: El egoísmo (máximo beneficio personal), las obligaciones y el ultraísmo (máximo beneficio social).

Gráfica 2-1: Un marco ético.

Fuente: Basado en Grover Starling, *The Changing Environment of Business* (Boston: Kent, 1988), p. 255.

Starling (1988), explica que el directivo egoísta siempre elegirá la alternativa que pueda reportarle mayores beneficios personales, el bienestar personal es la máxima prioridad para ese directivo. Una persona ultraísta elige líneas de acción que optimizan el beneficio social, puede resultar muy difícil llegar a tomar decisiones que estén basadas exclusivamente en preocupaciones ultraístas. La obligación respecto a un principio formal aparece entre los dos extremos del egoísmo y del altruismo.

Finalmente la empresa es la que asume la responsabilidad, sin embargo son pocas las organizaciones que tienen por costumbre entregar pautas éticas a sus empleados, es decir un código de ética, el cual es definido como “una declaración escrita de las creencias, valores y normas de conducta esperada de una compañía” (Molander, 1987), muchas veces los códigos de ética son improductivos porque no se les hace seguimiento a su práctica dentro de la empresa.

El código de ética es un conjunto de pautas que orienta nuestro comportamiento y quehacer cotidiano, y nos conduce a hacer mejor cumplimiento de nuestras responsabilidades (DIAN, 2009, pág. 23). A veces hablamos de ética y moral de una manera intercambiable y en ello hay razón, porque las dos se ocupan de los ideales y aspiraciones humanas más nobles y altos. Una diferencia entre ellas es que la ética se concreta en valores colectivos y la moral en valores o virtudes individuales.

Aunque sea complicado puntualizar cuando una conducta es ética o poco ética en el sistema tributario nacional como se mencionó, se tiene que una de las prácticas deshonestas en materia tributaria en Colombia es no pagar el porcentaje correcto de impuestos, actuación que se conoce como evasión fiscal y/o tributaria.

▪ **Compromiso con la comunidad**

Una empresa socialmente responsable se empeña en mejorar su entorno inmediato y el de la comunidad con la que se relaciona cuando:

- Realiza aportaciones y/o inversiones en beneficio de su entorno inmediato.
- Realiza y/o participa en actividades sociales y comunitarias y les da seguimiento.
- Promueve el trabajo voluntario de sus trabajadores hacia la comunidad.
- Percibe e instrumenta la corresponsabilidad de su organización en el desarrollo de su comunidad.
- Identifica y monitorea las expectativas públicas que la comunidad tiene de la empresa.
- Busca ser partícipe de la sinergia entre sectores (empresa, gobierno y sociedad civil), lo que le permite multiplicar los resultados de su aportación en la solución de problemas sociales.
- Identifica cómo la participación e inversión social de la empresa impulsa el desarrollo de procesos sociales o comunitarios y le retribuye directa o indirectamente a su institución.
- Conoce y explora diferentes maneras para participar comunitariamente (a través de mensajes de beneficio social en sus productos y/o servicios, donativos, proyectos enfocados a causas sociales específicas, voluntariado corporativo, mercadotecnia social, etc.
- Sabe que involucrarse comunitariamente implica mucho más que otorgar donativos; implica el mejorar la calidad de vida de su entorno. Por ello se reta a impulsar el desarrollo de las capacidades de las personas que conforman esa comunidad. Invierte en proyectos que impacten positivamente no sólo en las condiciones de bienestar de los beneficiarios sino también en sus actitudes y habilidades (su bien ser).
- Está convencida que las acciones de involucramiento con la comunidad le generan beneficios a su organización, incrementan la moral, compromiso, retención y desempeño de los trabajadores, desarrollan sus habilidades, fortalecen la imagen de la empresa y por tanto incrementa la lealtad y preferencia de los consumidores.

2.6. Las agencias de aduanas en Colombia

En el estudio de los derechos de aduanas y tributos aduaneros se deriva una complejidad en la determinación del sujeto pasivo, en las leyes colombianas es quien realiza la operación de importación, llámese importador, exportador o persona a nombre de quien se realiza.

El capítulo I del título II del Decreto 2685 de 1999 modificado por el artículo 1 del Decreto 2883 de 2008 establece la definición, clasificación, requisitos, obligaciones y responsabilidades entre otras normas para las agencias de aduanas en Colombia, quienes actúan a nombre y por encargo de los importadores y exportadores ante las autoridades aduaneras (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales) como declarantes, con el objeto de adelantar los procedimientos y trámites de importación, exportación o tránsito aduanero.

2.6.1. Definición y clasificación

Las agencias de aduanas se definen en el artículo 12 del Decreto 2685 de 1999, modificado por el artículo 1 del Decreto 2883 de 2008, así:

“Son las personas jurídicas autorizadas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales para ejercer el agenciamiento aduanero, actividad auxiliar de la función pública aduanera de naturaleza mercantil y de servicio, orientada a garantizar que los usuarios de comercio exterior que utilicen sus servicios cumplan con las normas legales existentes en materia de importación, exportación y tránsito aduanero y cualquier operación o procedimiento aduanero inherente a dichas actividades. Las agencias de aduanas tienen como fin esencial colaborar con las autoridades aduaneras en la estricta aplicación de las normas legales relacionadas con el comercio exterior para el adecuado desarrollo de los regímenes aduaneros y demás actividades y procedimientos derivados de los mismos”. Se clasifican en: agencias de aduanas nivel 1, agencias de aduanas nivel 2, agencias de aduanas nivel 3 y agencias de aduanas nivel 4.

La cobertura del ejercicio de agenciamiento aduanero es establecido en el artículo 19 del Decreto 2685 de 1999 modificado por el artículo 1 del Decreto 2883 de 2008 así:

Cuadro 2-1: Cobertura del agenciamiento aduanero.

Agencia de aduanas Nivel 1.	Agencia de aduanas Nivel 2.	Agencia de aduanas Nivel 3.	Agencia de aduanas Nivel 4.
En todo el territorio nacional.	En todo el territorio nacional excepto donde exista limitación alguna para ejercer el agenciamiento aduanero.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bucaramanga ▪ Cartago ▪ Cúcuta ▪ Ipiales ▪ Maicao ▪ Manizales ▪ Pereira ▪ Riohacha ▪ Santa Marta ▪ Urabá ▪ Valledupar 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Arauca ▪ Inírida ▪ Leticia ▪ Puerto Asís ▪ Puerto Carreño ▪ San Andrés ▪ Tumaco ▪ Yopal

Fuente: Elaboración propia basado en el Decreto 2685, 1999.

2.6.2. Requisitos generales

Como requisitos generales de acuerdo a lo señalado en el artículo 14 del decreto 2685 de 1999 modificado por el artículo 1 del Decreto 2883 de 2008 se encuentra poseer y

soportar contablemente el patrimonio líquido mínimo exigido para el respectivo nivel de agencia de aduanas para el año 2013, así:

- Agencia de aduanas nivel 1: Tres mil quinientos millones de pesos (\$3.500.000.000).
- Agencia de aduanas nivel 2: Cuatrocientos treinta y ocho millones doscientos mil pesos (\$438.200.000).
- Agencia de aduanas nivel 3: Ciento cuarenta y dos millones quinientos mil pesos (\$142.500.000).
- Agencia de aduanas nivel 4: Cuarenta y cuatro millones de pesos (\$44.000.000).

Además se les implementa como requisitos:

- Contratar personas idóneas profesionalmente, con conocimientos específicos o experiencia relacionada con la actividad de comercio exterior.
- Aprobar las evaluaciones de conocimiento técnico que realice la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales o un tercero autorizado por esta entidad.
- Disponer y cumplir con el código de ética a que se refiere el artículo 26 del mismo decreto.

Las agencias de aduanas nivel 1 podrán acreditar un patrimonio líquido mínimo inferior al previsto siempre y cuando demuestren ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales los siguientes requisitos:

Cuadro 2-2: Requisitos generales para las agencias de aduanas.

Patrimonio líquido mínimo	Actividad de agenciamiento aduanero	12 meses anteriores operaciones superiores	Demostrar
\$1.000.000.000	10 años	385.000 SMLMV	Transparencia Idoneidad
\$850.000.000	14 años	240.000 SMLMV	Transparencia Idoneidad
\$700.000.000	18 años	150.000 SMLMV	Transparencia Idoneidad

Fuente: Elaboración propia basado en Decreto 2685, 1999.

2.6.3. Requisitos específicos para las agencias de aduanas nivel 1

La legislación aduanera en el artículo 15 del Decreto 2685 de 1999 modificado por el artículo 1 del Decreto 2883 de 2008 dispuso a las agencias de aduanas nivel 1 además de los requisitos generales requisitos especiales para obtener la autorización o renovación de las agencias de aduanas entre los cuales se encuentra acreditar la designación y mantenimiento de un empleado responsable de velar porque todos sus directivos, empleados, agentes de aduanas y auxiliares conozcan el código de ética y le den estricto cumplimiento.

El artículo 24 del Decreto 2685 de 1999 modificado por el artículo 1 del Decreto 2883 de 2000 un mecanismo de control interno que garantice el ejercicio transparente de su actividad, un comité de control y auditoría que evalúe los sistemas de control interno, garantizando que sean los adecuados y que se cumpla con la finalidad del agenciamiento aduanero.

Entre otras funciones, el comité de control y auditoría, debe cumplir con las siguientes funciones:

- Verificar que se esté dando estricto cumplimiento a las obligaciones derivadas de la actividad de agenciamiento aduanero.
- Verificar que los accionistas, administradores, representantes legales, agentes de aduanas y auxiliares sean personas de reconocida solvencia moral.
- Verificar que los agentes de aduanas y auxiliares autorizados para actuar ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales permanentemente se actualicen y capaciten en relación con el conocimiento técnico para el ejercicio de las actividades propias del agenciamiento aduanero.
- Verificar que existan y se apliquen los controles adecuados y eficientes para el conocimiento de las personas naturales o jurídicas que contraten sus servicios de agenciamiento aduanero, de forma tal que se garantice la transparencia y la legalidad en las operaciones de comercio exterior que realicen.
- Verificar que se cumpla con la obligación de reportar ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales o a las autoridades competentes las operaciones sospechosas relacionadas con evasión, contrabando, lavado de activos e infracciones cambiarias que se detecten en desarrollo del ejercicio de la actividad de agenciamiento aduanero.

Finalmente, existe para los representantes legales, administradores, agentes de aduanas y auxiliares de las de las agencias de aduanas unas reglas de conducta tales como no facilitar o promover la práctica de cualquier conducta relacionada con evasión, contrabando, lavado de activos o infracciones cambiarias, no obrar en contravención a las disposiciones legales vigentes en materia de comercio exterior y no actuar en contravía de los principios de ética y buenas costumbres en relación con las personas que contratan sus servicios, y debe existir un código de ética para establecer pautas de comportamiento que deben seguir, que contenga preceptos dirigidos a mantener en todo momento la transparencia en el ejercicio de sus funciones, contemplados en el artículo 25 y 26 del Decreto 2685 de 1999 modificado por el artículo 1 del Decreto 2883 de 2008.

Así mismo, en el artículo 27 del Decreto 2685 de 1999 modificado por el artículo 1 del Decreto 2883 de 2008 la legislación aduanera les exige un manual de funciones de cada uno de los cargos de la agencia de aduanas, y un manual de procesos de la agencia de aduanas con sus respectivos procedimientos.

2.6.4. Responsabilidades y obligaciones como sujetos pasivos de la obligación tributaria aduanera en Colombia

En Colombia antes de la expedición del Decreto 2883 de 2008 las sociedades de intermediación aduanera hoy las agencias de aduanas de conformidad con el artículo 22 del Decreto 2685 de 1999 respondían:

- Administrativamente por la exactitud y veracidad de la información contenida en los documentos que suscriban sus representantes acreditados ante la DIAN, así como por la declaración de tratamientos preferenciales, exenciones o franquicias y de la correcta clasificación arancelaria de las mercancías.
- Directamente por los gravámenes, tasas, sobretasas, multas o sanciones pecuniarias que se derivaran de las actuaciones que realicen como declarantes autorizados.

Ahora, con la modificación de la normatividad aduanera y la entrada en vigencia del Decreto 2883 de 2008, las responsabilidades aduaneras de las agencias de aduanas se establecieron en el artículo 27-4 Decreto 2685 de 1999, adicionado por el artículo 1 del Decreto 2883 de 2008, siendo las siguientes:

- Responder por la exactitud y veracidad de la información contenida en los documentos que suscriban ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.
- Responder administrativamente cuando por su actuación como declarantes hagan incurrir a su mandante o usuario de comercio exterior que utilice sus servicios en infracciones administrativas aduaneras que conlleven la liquidación de mayores tributos aduaneros, la imposición de sanciones o el decomiso de las mercancías.

Sin perjuicio de las acciones legales que puedan adelantar los mandantes o usuarios de comercio exterior que utilicen sus servicios contra las agencias de aduanas.

- Directamente por el pago de los tributos aduaneros y sanciones pecuniarias que se causen respecto de operaciones en las que el usuario de comercio exterior sea una persona inexistente”.

De estas responsabilidades aduaneras se derivan las obligaciones formales, las que se encuentran establecidas en el artículo 27-2 del Decreto 2685 de 1999, adicionado por el artículo 1 del Decreto 2883 de 2008, entre las que se encuentran:

- Responder por la veracidad y exactitud de los datos consignados en las declaraciones de importación, exportación, tránsito aduanero y demás documentos transmitidos electrónicamente o suscritos en desarrollo de su actividad, en los términos establecidos en el artículo 27-4 del presente decreto.
- Liquidar y cancelar los tributos aduaneros y sanciones a que hubiere lugar, de acuerdo con lo previsto en la normatividad aduanera.

Es decir, existía un responsable, obligado o deudor establecido por la ley Colombiana ante el Estado Colombiano – sujeto activo - por la correcta clasificación arancelaria de las mercancías, que respondía directamente por los gravámenes y sanciones pecuniarias derivados de las actuaciones que realizaban como declarantes autorizados, como a su

vez respondían por la exactitud y veracidad de la información contenida en los documentos que suscriban sus representantes acreditados ante la DIAN como parte de la colaboración con el control aduanero derivado de un proceso de importación, definidas como el sujeto pasivo “La agencia de aduanas”, quien es la persona jurídica obligada al cumplimiento de las obligaciones tributarias como responsable, deudor u obligado.

Ahora bien, en la actualidad las agencia de aduanas responden por la veracidad y exactitud de los datos consignados en las declaraciones de importación, exportación, tránsito aduanero y demás documentos transmitidos electrónicamente o suscritos en desarrollo de su actividad, sin embargo la norma elimino la responsabilidad directa de la clasificación arancelaria de las mercancías.

Las agencias de aduanas solo responden administrativamente a la DIAN y al importador por su actuación cuando hagan incurrir al importador en infracciones aduaneras que conlleven la liquidación de mayores tributos aduaneros y la imposición de sanciones, es decir, responden por el resultado eficaz del proceso de importación.

En este caso la modificación del Decreto 2685 de 1999 les conservó la misma sanción establecida en el artículo 482 numeral 2.2, el 10% del valor de los tributos dejados de cancelar, taxativamente por incurrir en inexactitud o error en los datos consignados en las declaraciones de importación, cuando tales inexactitudes o errores conlleven un menor pago de los tributos aduaneros legalmente exigibles, y la responsabilidad por el pago de los tributos aduaneros y sanciones solo es cuando el usuario de comercio exterior sea una persona inexistente.

Se tiene el término responsable como “una persona que, en virtud de la realización del presupuesto definido en la norma, queda sujeta al pago de la deuda tributaria en función de garantía, para el caso de la falta de pago del deudor principal” (Pérez, 2005 pág. 173).

Para Pardo (2010), “el responsable es aquella persona que sin ser contribuyente esta designado por la ley para cumplir como sujeto pasivo las obligaciones tributarias materiales y formales atribuidas a éstos, siendo utilizado para lograr que un tercero quede como obligado ante el fisco. El contribuyente realiza el hecho imponible y es responsable por imposición de la ley está obligado a cumplir la obligación tributaria principal, así como las formales inherentes a la misma”.

Según López A., la responsabilidad de la agencia de aduana no es como representante legal de los importadores y/o exportadores es como intermediaria de sus procedimientos aduaneros ante la DIAN como autoridad aduanera en Colombia cuando estos no los puedan ejecutar directamente. La autorización se otorga mediante dos documentos, el mandato aduanero y/o el endoso aduanero, es decir, un contrato de servicios.

Estos instrumentos jurídicos contractuales están regulados por la legislación comercial, encontrando en la legislación aduanera muchas limitaciones debido a que está regida por el derecho público, razón por la que cuando se otorga un mandato y/o endoso aduanero comienza una actuación administrativa para cumplir un deber legal: La intermediación aduanera, regulada de manera general en el capítulo VI, del título I, del Libro I del Código Contencioso Administrativo y especialmente por el Decreto 2685 de 1999, obligando que el endoso aduanero lo realice el último consignatario del documento de transporte.

Es necesario analizar las responsabilidades aduaneras de las agencias de aduanas y los riesgos que se puedan presentar en la ejecución, como se observa en el siguiente cuadro:

Cuadro 2-3: Riesgos y consecuencias de las responsabilidades aduaneras.

Riesgos	Consecuencia
No hay exactitud y veracidad en la información declarada en las importaciones.	Tributos mal liquidados. Evasión en el pago de los tributos. Detrimento patrimonial del estado. Sanciones. Decomisos de mercancías. Contrabando.
Hacer incurrir al importador en infracciones administrativas aduaneras.	Clientes insatisfechos. Sanciones.
No pagar los tributos aduaneros y sanciones cuando el usuario de comercio exterior sea una persona inexistente.	Tributos aduaneros no cancelados. Evasión de impuestos. Detrimento patrimonial.

Fuente: Elaboración propia, 2013.

2.6.5. Obligación aduanera

La obligación aduanera comprende la presentación de la declaración de importación, el pago de los tributos aduaneros y de las sanciones a que haya lugar (artículo 87 Decreto 2685 de 1999).

Cuadro 2-4: Descripción del proceso de importación.

Proceso de importación	Descripción del proceso / Normatividad
Solicitud de intermediación aduanera y verificación del importador	El importador solicita los servicios de intermediación aduanera a una agencia de aduanas. El importador entrega del certificado de existencia y representación legal expedido por la cámara de comercio, del registro único tributario y de los demás que la agencia de aduanas considere necesarios y pertinentes para el adecuado conocimiento del importador. La agencia de aduanas y el importador aceptan la relación contractual de intermediación aduanera con la firma del mandato aduanero o endoso aduanero. (Artículo 27-1 del Decreto 2685 de 1999).
Entrega y verificación de documentos de importación	El importador entrega los documentos que soportan la compraventa internacional (factura de venta o cotización, ficha técnica del producto, etc.). La agencia de aduanas verifica la legalidad de los documentos recibidos.

Cuadro 2-4: (Continuación)

Proceso de importación	Descripción del proceso / Normatividad
Pre-clasificación arancelaria de la mercancía y pre-liquidación de tributos aduaneros	La agencia de aduanas hace un análisis de los documentos soportes de la mercancía en proceso de importación, de las especificaciones técnicas, sus descripciones mínimas y características físicas, para clasificarla en el arancel de aduanas y hacer una liquidación previa de los tributos aduaneros por pagar por el importador.
Llegada de la mercancía al territorio aduanero nacional	Se produce la introducción legal de la mercancía al Territorio Aduanero Nacional (TAN) por parte de la empresa transportadora, esta es almacenada en un depósito habilitado. (Artículo 90 del Decreto 2685/99).
Reconocimiento de la carga	La agencia de aduanas realiza la verificación física de la mercancía, de las especificaciones técnicas, las descripciones mínimas, cantidad, etc., en el depósito habilitado confrontando lo manifestado en los documentos soportes. En el depósito la mercancía puede permanecer un mes, prorrogable un mes más. (Artículo 27-3 y 115 del Decreto 2685/99).
Liquidación de tributos aduaneros	La agencia de aduanas ratifica o rectifica la clasificación arancelaria y la liquidación de los tributos aduaneros después del reconocimiento y verificación física de la mercancía en el depósito. (Artículo 89 del Decreto 2685/99).
Presentación y aceptación de la declaración de importación	La agencia de aduanas presenta la declaración de importación ante la autoridad aduanera (DIAN) por medio del sistema informático o físicamente según el caso. A su vez la DIAN le otorga el número de aceptación. (Artículo 120 y 123 del Decreto 2685/99).
Pago de los tributos aduaneros	La agencia de aduanas paga los tributos aduaneros en la entidad bancaria autorizada. (Artículo 124 del Decreto 2685/99).
Inspección aduanera de la DIAN	El funcionario inspector de la DIAN realiza la inspección física de la mercancía en el depósito. (Artículo 126 del Decreto 2685/99).
Autorización de levante y retiro de la mercancía	El funcionario inspector o el sistema informático de la DIAN según el caso, le otorga el número del levante a la declaración de importación. La mercancía queda en libre disposición del importador. (Artículo 128 y 130 del Decreto 2685/99).

Cuadro 2-4: (Continuación)

Proceso de importación	Descripción del proceso / Normatividad
Control posterior y sanciones	La autoridad aduanera (DIAN) tiene tres años a partir de la autorización de levante para realizar control posterior a las declaraciones de importación y proferir requerimientos especiales aduaneros. (Artículo 485, numeral 2.6 del Decreto 2685/99).

Fuente: Elaboración propia basado en Decreto 2685, 1999.

3. Capítulo 3. Marco Metodológico

3.1. Tipo de investigación

Según Tamayo y Tamayo (2007) “cuando se va a resolver un problema en forma científica, es muy conveniente tener un conocimiento de los tipos de investigación que se pueden seguir. Este conocimiento hace posible evitar equivocaciones en la elección del método adecuado para un procedimiento específico”. Cabe anotar que los tipos de investigación difícilmente se presentan puros; generalmente se combinan entre sí y obedecen sistemáticamente a la aplicación de la investigación.

En este sentido, la investigación del tipo descriptivo y correlacional según Hernández, Fernández, & Baptista (2007), señalan:

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a análisis. Es decir, mide, evalúan o recolectan datos de diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Los estudios descriptivos únicamente pretenden medir o recolectar información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan las variables medidas.

Por otro lado, Shaughnessy, Zechmeister, & Zechmeister (2007) establecen que “la descripción se refiere a los procedimientos que los investigadores usan para definir, clasificar, catalogar o categorizar los sucesos y sus relaciones”. En el mismo orden de ideas Tamayo y Tamayo (2007) dice que “la investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos”. Salkind (1999), afirma que es aquella donde “se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio”. Bernal (2006) y Méndez (2006) dicen que “la investigación descriptiva se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental.

Para Vieytes (2004) describir en la investigación cuantitativa significa “medir, la medición ofrece al investigador un conocimiento exhaustivo del objeto o algunos de sus aspectos” ... “en los estudios descriptivos, es necesario contar con mucho conocimiento previo acerca del problema a investigar” ... “requieren de un diseño bien estructurado, capaz de precisar qué es lo que habrá de medirse, cómo y en qué población”.

En síntesis, la pregunta por el tipo de investigación a realizar según sus objetivos se refiere al alcance de los resultados, al tipo de producto que se espera obtener al concluir el estudio: una descripción, una explicación científica, entre otras. En el cuadro 2. Se

presenta un resumen de los tipos de investigación según el alcance de sus objetivos: investigación exploratoria, descriptiva, correlacional y explicativa. Adoptado por Vieytes (2004).

Cuadro 3-1: Tipo de investigación según el alcance de sus objetivos.

Investigación según sus objetivos	¿Qué hace?	¿Cómo lo hace?
Exploratoria	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Establece un marco de ideas generales cuando no hay información previa. ▪ Identifica dimensiones y categorías de análisis. ▪ Describe cualitativamente. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisión previa de bibliografía y fuentes secundarias. ▪ Técnicas cualitativas: entrevistas en profundidad, entrevistas grupales, técnicas proyectivas, observación participante.
Descriptiva	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Describe cuantitativamente. ▪ Propone predicciones. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseño de datos secundarios. ▪ Observación. ▪ Encuesta (personal, telefónica, por correo, entre otras). ▪ Diseño de datos textuales.
Correlacional	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Correlaciona estadísticamente. ▪ Sugiere ideas de causalidad. 	
Explicativa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cuantitativa: acepta o rechaza explicatividad. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Experimento. ▪ Encuesta explicativa (solo algunos enfoques la aceptan).
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cualitativa: desarrolla teóricamente una explicación del sentido mentado de la acción (comprensión). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Métodos y técnicas cualitativas: Historias de vida, grupos de discusión, técnicas proyectivas, estudios de casos, entre otras.

Fuente: Vieytes, 2004.

En cuanto a los estudios correlacionales Hernández, Fernández & Baptista (2007) plantean que:

“este tipo de estudio tiene como propósito conocer la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías, o variables en un contexto en particular”... “la utilidad principal de los estudios correlacionales es saber cómo se puede comportar un concepto o una variable al conocer el comportamiento de otras variables relacionadas”... “la correlación puede ser positiva o negativa. Si es positiva, significa que sujetos con valores altos en una variable tendrán también a mostrar valores elevados en la otra variable. Si es negativa, significa que sujetos con valores elevados en una variable tendrán a mostrar valores bajos en la otra variable”.

Para Salkind (1999) la investigación correlacional tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultado de variables, sin tratar en lo absoluto de atribuir a una variable el efecto observado en otra.

3.2. Diseño de la investigación

Con el fin de comprender la relación entre la liquidación de tributos aduaneros y la RSE de las agencias de aduanas en Colombia, se aborda la investigación bajo un enfoque cuantitativo, el diseño en el enfoque cuantitativo se refiere al plan o estrategia para conseguir la información que se desea. (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2007). Para Kerlinger (2008) la principal función técnica del diseño de investigación es controlar la varianza.

3.2.1. Investigación no experimental

Según Hernández Sampieri, et. al. (2007) son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. Kerlinger (2008) establece que “son aquellos en los cuales no hay aleatorización para igualar los grupos antes de administrar los tratamientos” ... “la regresión múltiple puede ser un método de análisis de dato más apropiado para diseños no experimentales”.

La investigación no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o a que son inherentemente no manipulables. Se hacen inferencias sobre las relaciones entre las variables, sin intervención directa, de la variación concomitante de las variables independiente y dependiente. (Kerlinger, 2008)

3.2.2. Estudio de campo

Según Kerlinger (2008) los estudios de campo son investigaciones científicas no experimentales que buscan descubrir las relaciones e interacciones entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales. Es decir, que cualquier estudio científico (grande o pequeño), que busque relaciones de manera sistemática y que pruebe hipótesis, que sea no experimental y que se realice en situaciones de la vida (comunidades, escuelas, fábricas, organizaciones e instituciones) será considerado un estudio de campo.

3.3. Población

Al respecto Tamayo y Tamayo (2003 pág.92) establecen que “la población es la totalidad a estudiar; en donde las unidades de población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”. Está constituida por características o estratos que le permiten distinguir los sujetos, unos de otros; este estudio estará constituido por todas las agencias de aduanas del nivel 1 con domicilio principal en la ciudad de Bogotá. Así mismo Hernández y Fernández Baptista (2003), la población se define como “cualquier conjunto de cosas, hechos o fenómenos que concuerda con una serie de características de contenido, lugar y tiempo”.

En Colombia existen 211 agencias de aduanas al 01 de abril de 2013, clasificadas en 4 niveles y distribuidas así:

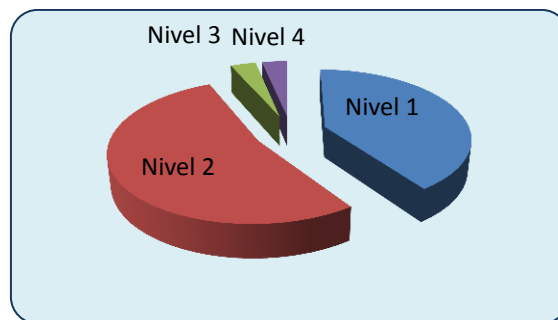
Cuadro 3-2: Distribución por nivel de las agencias de aduanas.

Clasificación de las agencias de aduanas	Cantidad
Nivel 1	85
Nivel 2	112
Nivel 3	7
Nivel 4	7
Total	211

Fuente: Elaboración propia basado en DIAN, 2013.

El nivel 1 y 2 corresponde al 40,28 y al 53,08% respectivamente, son los más representativos, el nivel 3 y 4 son el 3.32%, los menos significativos.

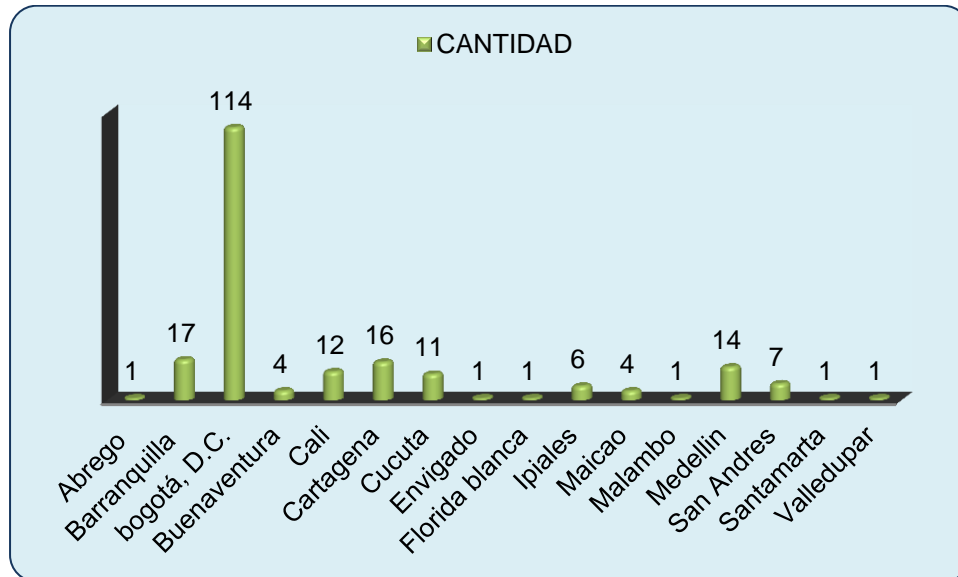
Gráfica 3-1: Distribución porcentual por nivel de las agencias de aduanas.



Fuente: Elaboración propia basado en DIAN, 2013.

En la ciudad de Bogotá, D.C. tienen como domicilio principal según el Registro Único Tributario (R.U.T) 114 agencias de aduanas, representan el 54% de la población, así:

Gráfica 3-2: Distribución por domicilio principal de las agencias de aduanas.



Fuente: Elaboración propia basado en DIAN, 2013.

Cuadro 3-3: Distribución de las agencias de aduanas en Bogotá, D.C.

Clasificación de las agencias de aduanas	Agencias de aduanas en Bogotá, D.C.
Nivel 1	47
Nivel 2	67
Nivel 3	0
Nivel 4	0
Total	114

Fuente: Elaboración propia basado en DIAN, 2013.

3.3.1. Muestra

En relación a la muestra poblacional, según refiere Bussot (2001), se puede definir la muestra como una parte de un conjunto o población debidamente elegida, que se somete a observación científica en representación del conjunto, con el propósito de obtener resultados válidos para el universo investigado.

Para Chávez (2004), la muestra es la conformación de unidades, dentro de un subconjunto, que tienen por finalidad integrar las observaciones (sujetos, situaciones, instituciones, o fenómenos) como parte de una población. En este mismo orden de ideas, Tamayo y Tamayo (2003), la definen como la población que descansa en el principio de las partes que representan al todo, y por ende refleja las características que definen a esta, de la cual fue extraída, indicando su representatividad.

Para el cumplimiento de los objetivos y teniendo en cuenta que se desea conocer la realidad desde las empresas que la construyen, se elaboran encuestas y se escoge la

muestra por conveniencia, se elige éste muestreo por delimitar el interés en la descripción, correlación, análisis y comprensión, bajo un enfoque cuantitativo cuyo objetivo es ver la realidad desde sus actores y no en la generalización de conclusiones.

En concordancia con lo expuesto por los autores antes mencionados y conforme con los parámetros de clasificación, cobertura de agenciamiento, distribución, domicilio principal, requisitos especiales, volumen de operaciones y valor de la garantía presentada ante DIAN para su habilitación o renovación, se decide investigar cinco agencias de aduanas del nivel 1 con domicilio principal en la ciudad de Bogotá, D.C., en conclusión se realizarán cinco encuestas. Al mismo tiempo, se realiza una recolección de información secundaria en la Dirección Seccional de Aduanas de Bogotá para ser interpretada por análisis simple.

3.4. Técnica e instrumentos para la recolección de datos

- Unidad de análisis: Bases de datos y cifras de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales y revisión de la literatura especializada disponible.
- Recolección de información: Se realizarán encuestas en trabajo de campo en cinco agencias de aduanas del nivel 1 con domicilio en la ciudad de Bogotá.

4. Capítulo 4. Análisis de los Resultados

4.1. Análisis de los resultados

El análisis de los datos de la Dirección de impuestos y aduanas nacionales y la información allegadas de las agencias de aduanas por medio de las encuestas, se ordenara de acuerdo a los indicadores presentados en el marco teórico y de los aspectos que los componen, resaltando que con una de las agencia de aduanas estudiadas fue imposible conseguir la información referente a la responsabilidad social empresarial argumentando la guarda de su información. Las respuestas dadas a las preguntas efectuadas a las agencias de aduanas conservan la autenticidad expresada.

Esta investigación no pretende formar generalidades de los resultados, solo dejar un camino iniciado para otras investigaciones que busquen descubrir la responsabilidad social empresarial en los actores sociales del ámbito tributario, que defina procesos, descubra hallazgos, determine conclusiones y posibles soluciones.

4.2. Estadísticas de actos administrativos en la DIAN

Los datos secundarios demuestran los errores presentados en las clasificaciones arancelarias de las mercancías. La Dirección Seccional de Aduanas de Bogotá profirió entre los años 2008 a 2011 a las agencias de aduanas y/o importadores, aproximadamente dos mil novecientos veinticuatro (2924) requerimientos especiales aduaneros por subpartida arancelaria, \$10.889.854.930 de IVA por pagar y \$24.995.406.670 de arancel por pagar.

Cuadro 4-1: Requerimientos especiales aduaneros por subpartida arancelaria.

Años	REA	IVA	Arancel	Sanciones
2008	507	\$1.836.504.652	\$2.430.955.160	\$1.614.791.612
2009	699	\$2.436.461.017	\$1.059.946.205	\$399.261.425
2010	1190	\$4.352.781.924	\$13.215.912.159	\$73.118.631
2011	528	\$2.264.107.337	\$10.719.548.306	\$1.147.818.144
Total	2924	\$10.889.854.930	\$24.995.406.670	\$2.835.728.387

Fuente: Elaboración propia basado en DIAN, 2013.

Gráfica 4-1: Requerimientos especiales aduaneros por subpartida arancelaria.

Fuente: Elaboración propia basado en DIAN, 2013.

Así mismo, desde el año 2008 al 2012 profirió aproximadamente mil cuatrocientos setenta y seis (1466) liquidaciones oficiales de corrección por subpartida arancelaria, con \$11.711.462.630 de IVA por pagar y \$22.473.595.254 de arancel por pagar.

Cuadro 4-2: Liquidaciones oficiales de corrección por subpartida arancelaria.

Años	Liquidaciones oficiales de corrección	IVA	Arancel	Sanciones
2008	369	\$2.449.177.765	\$1.585.464.705	\$766.435.349
2009	279	\$4.479.734.661	\$1.013.967.064	\$1.521.629.720
2010	394	\$1.517.905.691	\$5.632.512.483	\$166.059.185
2011	267	\$1.636.428.931	\$5.461.616.888	\$619.064.384
2012	167	\$1.628.215.582	\$8.780.034.114	\$1.726.601.270
Total	1476	\$11.711.462.630	\$22.473.595.254	\$4.799.789.908

Fuente: Elaboración propia basado en DIAN, 2013.

4.3. Agencia de aduanas A

4.3.1. Indicador: Liquidación de tributos aduaneros

La agencia de aduanas tiene dos empleados para la clasificación arancelaria de las mercancías, el gerente general con una experiencia laboral relacionada de treinta y cinco años y la coordinadora de importaciones con una experiencia laboral relacionada de diecisiete años, además contratan un servicio de consultoría externa para esa función.

Semanalmente capacitan a los empleados dentro de la organización sobre casos específicos de clasificación arancelaria presentados, de valoración de mercancías, liquidación de tributos y de normatividad aduanera en general.

Los documentos que solicitan al importador para realizar la clasificación arancelaria de las mercancías no son validados con el proveedor del exterior, aplican el principio de la buena fe, son los siguientes:

- Factura comercial.
- Fichas técnica.
- Catálogos.
- Descripciones básicas de la mercancía.

La agencia de aduanas cumple con los requerimientos mínimos para el conocimiento del cliente, contemplados en la Circular 170 de 2002, solicitan al importador el certificado de cámara de comercio, el registro único tributario – RUT- y la cédula del representante legal.

El proceso usado para realizar la clasificación arancelaria de mercancías y proceder a liquidar los tributos aduaneros es el siguiente:

- Si el importador proporciona la clasificación arancelaria, esta es revisada por la coordinadora de importaciones.
- Si el cliente no la proporciona, el auxiliar de importaciones clasifica la mercancía y es revisada por la coordinadora de importaciones.
- Si existen dudas en la clasificación, es revisada por el gerente general.
- Se liquidan los tributos aduaneros con base a la subpartida arancelaria seleccionada.

Con respecto al reconocimiento de las mercancías en trámite de importación, es realizada por un auxiliar de importaciones directamente en el depósito, confrontando físicamente la mercancía con la factura comercial. Cuando el importador no acepta que realicen el reconocimiento de la mercancía, por medio de un oficio dirigido a la agencia de aduanas asume su responsabilidad, documento que sirve como prueba en un proceso sancionatorio ante la DIAN.

Para la agencia de aduanas los riesgos de la clasificación arancelaria de las mercancías son: Seleccionar una subpartida arancelaria errónea, la liquidación de tributos aduaneros con un porcentaje equivocado de arancel e IVA por pagar y el pago de sanciones pecuniarias al Estado. Sin embargo manifiestan que solo han tenido una liquidación oficial de corrección en los últimos años.

Consideran que el arancel de aduanas es complejo porque es extenso y porque existen mercancías que no se pueden clasificar o tienen varias opciones de clasificación, además es difícil porque se necesita saber las especificaciones de peso, funcionamiento de la mercancía, entre otras informaciones técnicas. Han solicitado a la DIAN clasificaciones arancelarias de mercancías pero son demoradas, hasta tres meses o más.

Crean que el importador debe realizar la clasificación arancelaria de las mercancías y entregar a la agencia un certificado sobre esta, pero que la agencias de aduanas y el importador deben conocer la normativa aduanera, las normas interpretativas del arancel de aduanas y usar herramientas de programación para la clasificación, proponen al importador y la agencia de aduanas responsables por las sanciones y concluyen que la agencia de aduanas debe prestar un servicio serio y confiable al importador en todos sus trámites de importación y/o exportación.

4.3.2. Indicador: Responsabilidad social empresarial

La agencia de aduanas tiene un programa de desarrollo integral para sus empleados, conformado por capacitaciones, actividades deportivas, talleres de salud, recreación, entre otras actividades. Los empleados están afiliados al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y a la Federación Colombiana de Agentes Logísticos en Comercio Internacional (FITAC). Como mecanismos para responder las inquietudes de los empleados tienen comités de convivencia.

Tiene un código de ética, lo articulan en reuniones semanales para resolver conflictos presentados, es fomentado por medios verbales, advirtiendo a sus empleados el desempeño con comportamientos éticos. Los manuales de procedimientos y de funciones están en cada dependencia y en las hojas de vida de cada empleado. Garantizan la transparencia de sus operaciones con los documentos soportes de los procesos.

Tienen carencia en la formación del comité de control y auditoría, de valores corporativos, y del programa de responsabilidad social empresarial; practican la honestidad por costumbre, realizan los procesos de liquidación y pago de tributos aduaneros conforme lo exige la ley. Desconocen las necesidades y expectativas de la comunidad, y son insuficientes las actividades comunitarias. Los canales de dialogo utilizados con la comunidad son el teléfono, el correo electrónico y presencial.

Manifiestan que exigiendo los documentos soportes necesarios para desarrollar sus procesos promueven la responsabilidad social empresarial entre sus proveedores, acreedores, clientes e instituciones, a su vez es una medida para garantizar que sus operaciones no tengan un impacto negativo sobre la comunidad.

4.4. Agencia de aduanas B

4.4.1. Indicador: Liquidación de tributos aduaneros

La agencia de aduanas tiene dos empleados con diez años de experiencia, los que son capacitados permanentemente con seminarios ofrecidos. Los documentos que solicitan al importador para realizar la clasificación arancelaria de las mercancías son:

- Ficha técnica.
- Factura comercial.
- Información sobre los materiales de fabricación y usos del producto.

La agencia de aduanas no valida con el proveedor del exterior los documentos entregados por los clientes para realizar la clasificación arancelaria, aplican el principio de la buena fe. Verifican el importador con los requerimientos mínimos para el conocimiento del cliente, contemplado la Circular 170 de 2002.

El proceso usado por la agencia de aduanas para realizar la clasificación arancelaria de mercancías y proceder a liquidar los tributos aduaneros es el siguiente:

- Solicita la información técnica al importador.
- Validan la información técnica, no permiten búsqueda de datos en la WEB de productos similares.

El reconocimiento de mercancías lo realizan solo si el cliente lo solicita, en este verifican la mercancía en el depósito conforme los documentos soportes suministrados. El riesgo presentado al realizar la clasificación arancelaria es no verificar la información técnica de la mercancía. Han tenido liquidaciones oficiales por corrección sin ejecutoriar.

Consideran que el arancel de aduanas es complejo porque se basan en aspectos técnicos que desconoce un profesional en comercio exterior y no es posible contratar un técnico o ingeniero con el pago realizado por los importadores. Desearían que las clasificaciones solicitadas a la DIAN no demoraran más de cinco días hábiles, y que el importador responda por la clasificación arancelaria porque tiene el conocimiento técnico de la mercancía y la información del fabricante.

4.4.2. Indicador: Responsabilidad social empresarial

La agencia de aduanas carece de un programa formal de desarrollo integral para sus empleados, solo destinan en el presupuesto anual un porcentaje para capacitaciones dentro o fuera de la agencia. En cada aérea hay empleados dedicados a atender las consultas del personal y de los clientes; los manuales de procedimientos y de funciones están en cada dependencia y por cada empleado.

El código de ética está plasmado en los estatutos de la compañía, es entregado a todos los empleados y está diseñado de acuerdo a los valores corporativos. El código de ética es articulado y fomentado por medio de los valores. Los cuales son:

- Trabajo en equipo.
- Compromiso.
- Respeto.
- Lealtad.
- Honestidad.
- Transparencia.
- Humildad.
- Responsabilidad.

Señalan que la ética es fomentada cuando cumplen con las disposiciones legales y con los requisitos exigidos por la ley. Garantizan la transparencia de sus operaciones con la vinculación rigurosa de sus clientes y la documentación exigida en todos los procesos, adicionalmente con la designación del presidente de recursos humanos para verificar el

cumplimiento del código de ética en los procedimientos. El comité de control y auditoría lo conforma el representante del código de ética quien es la presidente de recursos humanos, la gerente financiera y la gerente general.

Carecen de un programa de responsabilidad social empresarial descrito en un documento, el proceso de liquidación y pago de tributos aduaneros lo realizan dentro de la normatividad, es decir la RES es asociada con la responsabilidad tributaria y aduanera. Manifiestan que conocen las necesidades y expectativas de la comunidad, están trabajando para obtener la certificación en medio ambiente y seguridad y salud ocupacional por compromiso con la comunidad y los empleados. Los canales de dialogo utilizados con la comunidad son el correo electrónico, la página web y un buzón. Las actividades comunitarias realizadas son en navidad y las donaciones, además tienen la alianza informal con la fundación SANAR.

La promoción de la responsabilidad social empresarial entre sus proveedores, acreedores, clientes e instituciones está cerrada. Argumentan el pago de los impuestos correspondientes al Estado, el desarrollo de sus empleados y el pago de las prestaciones sociales exigidas por la ley como medidas para garantizar que sus operaciones no tengan impactos negativos sobre la comunidad.

4.5. Agencia de aduanas C

4.5.1. Indicador: Liquidación de tributos aduaneros

La agencia esta estructura en grupos de gestión, los cuales reciben directamente la información de los importadores, las cabezas de estos grupos son los jefes de cuenta y directores de proyecto. Los jefes de cuenta tienen experiencia de varios años, los grupos de gestión tienen la formación adecuada para realizar el análisis de clasificación arancelaria de mercancías de complejidad moderada, adicionalmente existe un grupo de apoyo para los grupos de gestión, dedicado exclusivamente a realizar el análisis de clasificación arancelaria, llamado Dirección de Nomenclatura y Restricciones Legales. Este grupo de apoyo lo conforma personas especializadas en áreas técnicas del conocimiento y en clasificación arancelaria. Está conformado por cuatro personas con formación en ingeniería química, de petróleos y en comercio exterior, con formación en clasificación arancelaria, quienes se encargan de la clasificación de mercancías de alta complejidad.

Además, tienen clasificadores arancelarios junior con experiencia de más de seis meses en clasificación y clasificadores señores con más de cuatro años en clasificación. Adicionalmente, tanto los grupos de gestión como el de apoyo (Dirección de Nomenclatura y Restricciones Legales), están guiados por un líder especializado en clasificación arancelaria, con experiencia de 15 años en la DIAN en la División de Arancel. La agencia de aduanas continuamente realiza capacitaciones de clasificación arancelaria al personal de los grupos de gestión que desarrollan esta función; a los empleados nuevos les dan inducción básica en clasificación arancelaria, reforzada con los integrantes del grupo de apoyo (Dirección de Nomenclatura y Restricciones Legales). Los documentos que solicitan al importador para realizar la clasificación arancelaria de las mercancías no son validados con el proveedor en el exterior, estos son:

- Fichas técnicas.
- Catálogos.
- Documentos técnicos de los productos.

La empresa cuenta con un procedimiento de conocimiento del cliente que establece los mecanismos de seguridad y control, orientados a seleccionar y conocer al cliente y la legalidad de sus operaciones de comercio exterior, en procura de contribuir con el ejercicio transparente de la actividad y evitar que la organización sea utilizada como un medio o canal para la realización de actividades ilícitas, fundamentado en normatividad nacional e internacional.

El proceso usado para realizar la clasificación arancelaria de mercancías y proceder a liquidar los tributos aduaneros es el siguiente:

- Solicitan la información técnica al importador sobre las mercancías a clasificar.
- Hacen un estudio detallado de las mismas para definir si falta información adicional o es posible con la información disponible.
- Si falta información, identifican los datos puntuales para solicitarlos al importador de acuerdo las posibles opciones de clasificación.
- Si tienen la información completa, hacen un estudio detallado de la mercancía, un análisis arancelario con las reglas generales de interpretación establecidas en la nomenclatura arancelaria.
- Determinan la partida y subpartida aplicable.

En el reconocimiento de mercancías en el depósito verifican la información contenida en los documentos soportes contra la mercancía física. Los empleados que desempeñan esta función comparan variables como cantidad, nombre, referencia, seriales, modelos, etc., que permiten hacer la individualización de las mercancías. La solicitud de parte del importador para efectuar diligencia de reconocimiento de mercancías o de un servicio a la carga es recibida por los jefes de cuenta, éste procede a:

- Determina la realización de una diligencia de reconocimiento de mercancías o de una simple verificación como servicio a la carga, previa evaluación del tipo de mercancías, heterogeneidad u homogeneidad, complejidad de su revisión, conocimiento o no sobre las mismas, necesidad de realizar la diligencia frente a la no disponibilidad de variables de descripción en documentos soporte, u otras relevantes que denoten el grado de riesgo y complejidad en su realización.
- Acuerda la necesidad de un técnico o representante del importador, cuando es mercancía que requiere un conocimiento técnico especial (maquinaria especial, bienes de difícil manipulación, mercancía que compromete riesgos químicos, mercancía en general desconocida).
- previo estudio de las recomendaciones indicadas prepara la documentación necesaria para la diligencia (formato oficial DIAN, factura comercial, remisión, lista de empaque, documento de transporte endosado y/o mandato, oficio de autorización ante el depositario de las mercancías, demás documentos aplicables para el caso).

Toda diligencia de reconocimiento de mercancías la realizan en el formato oficial DIAN, la información es relacionada en ese documento, en caso de encontrar inconsistencias en la información contra lo que se tiene físicamente, informan a la DIAN.

Los riesgos presentados al realizar la clasificación arancelaria son los errores en la asignación de las subpartidas arancelarias, desconocer las restricciones legales y/o administrativas, las sanciones, pago errado de tributos, liquidaciones oficiales de corrección, incumplimiento de restricciones legales y/o administrativas.

Desde el año 2008 han recibido aproximadamente veinte liquidaciones oficiales de corrección por clasificación arancelaria, con valores aproximados a pagar por tributos aduaneros de ochenta millones de pesos y sanciones por pagar de seis millones de pesos.

Piensen que el arancel de aduanas no es complejo, aunque la clasificación arancelaria requiere de conocimientos del arancel de aduanas y de las reglas generales de interpretación, para esto es importante tener conocimientos de la mercancía a clasificar. Se presentan dificultades cuando la información que suministran los importadores sobre los productos a clasificar es errada o escasa, lo que no permite identificar correctamente la mercancía y si las mercancías requieren un conocimiento técnico avanzado sin tener empleados con el conocimiento específico, entonces es necesario estudiar estas mercancías y su funcionamiento con detenimiento.

Requieren clasificaciones arancelarias de mercancías a la DIAN cuando las mercancías son de compleja clasificación, por solicitud del cliente o por seguridad jurídica, estas solicitudes demoran dos meses aproximadamente. Aseguran que la responsabilidad de clasificación arancelaria debe asumirla quien la realice, el importador, la agencia o el Estado.

4.5.2. Indicador: Responsabilidad social empresarial

La agencia de aduanas tiene programas de formación y evaluación de personal, que ayudan al desarrollo de los trabajadores, a su crecimiento profesional y personal. Tienen establecido el programa de incentivos educativos para estudios superiores en carreras afines a la actividad que se desarrolla, se otorga el 70% del valor de la matrícula para el semestre académico, el postulante debe cumplir con unos requisitos de desempeño y de rendimiento académico.

En el comité de convivencia integrado por representantes de la organización y los empleados se resuelven las inquietudes de todos los empleados. Los manuales de procedimientos y de funciones están por cada dependencia y empleado, los cuales contienen las responsabilidades, funciones y autoridad de cada cargo.

El código de ética fue constituido desde el año 2012, en su contenido se encuentran contempladas políticas anticorrupción y principios de confidencialidad, conflicto de intereses, el deber de velar por la seguridad, registros contables, información electrónica, eficiencia, obediencia, buen nombre, transparencia, respecto y buen trato al cliente. Es divulgado en inducciones y permanentemente en boletines. Es articulado en las políticas organizacionales generales, en los perfiles de cargo y procedimientos a fin de garantizar

su cumplimiento en todos los niveles de la organización y fomentado a través de actividades de sensibilización permanentes, en comités de gestión, evaluación y análisis de errores y en canales abiertos de comunicación.

Los valores corporativos son practicados a través de medición permanente de indicadores de gestión, en análisis de casos y en la implementación y mantenimiento de un sistema de gestión integral que cubija requisitos de calidad, seguridad en la cadena de suministro, ambiental y salud ocupacional, estos son:

- Eficiencia.
- Transparencia.
- Responsabilidad Social.

La agencia de aduanas garantiza la transparencia de sus operaciones a través del cumplimiento de procedimientos internos, establecidos desde el estudio del cliente en cumplimiento la Circular 170 de 2002 hasta los indicadores de gestión para cada operación, los cuales se capturan de forma automática por el sistema de información interno y están en concordancia con los registros aduaneros de los sistemas informáticos electrónicos DIAN.

El comité de control y auditoría está integrado por:

- Director Departamento Sistemas Integrados de Gestión.
- Director de Gestión Aduanera o su delegado.
- Gerente Jurídico o su delegado.
- Director Recursos Humanos o su delegado.
- Asesor Jurídico externo.
- Director Financiero.
- Invitados permanentes.
- Empleado responsable del cumplimiento del código de ética.

Falta especificar el programa de responsabilidad social empresarial, esta iniciado en procesos de certificación en salud ocupacional y ambiental, declaran poseer procedimientos internos que velan por la transparencia en las actividades propias de la operación en todos los ámbitos, un equipo especializado en clasificación arancelaria y unos sistemas de información soporte para estas actividades, los cuales controlan el cumplimiento de requisitos.

Aún les queda pendiente preparar un diagnóstico de las necesidades y expectativas de la comunidad, realizar actividades comunitarias y acordar alianzas para desarrollar un programa de beneficio a la comunidad; en la organización de desarrollan actividades de bienestar social para el personal vinculado a la organización. Los canales de dialogo utilizados con la comunidad son el correo electrónico, la página web y un buzón.

Promueven la responsabilidad social empresarial con algunos clientes haciendo parte de sus programas de RES. Como medidas para garantizar que sus operaciones no tengan un impacto negativo sobre la comunidad gestionan el cambio basado en evaluaciones de riesgo e impacto.

4.6. Agencia de aduanas D

4.6.1. Indicador: Liquidación de tributos aduaneros

La agencia de aduanas tiene tres empleados o analistas de arancel que realizan la clasificación arancelaria de mercancías y siete empleados o analistas de riesgos que revisan la clasificación arancelaria realizada por los analistas de arancel, a los que le exigen cinco años de experiencia. Cuenta con un programa capacitación, ofreciendo dos capacitaciones al año a los empleados en temas relacionados con normas aduaneras.

Los documentos que solicitan al importador para realizar la clasificación arancelaria de las mercancías no son no validados con el proveedor del exterior aplican el principio de la buena fe, son los siguientes:

- Fotografías.
- Órdenes de compra.
- Factura comercial.
- Catálogos.
- Copias de las declaraciones de importación anteriores.

El departamento jurídico aprueba el importador conforme con los requerimientos mínimos para el conocimiento del cliente, contemplado en la Circular 170 de 2002.

El proceso usado por la agencia de aduanas para realizar la clasificación arancelaria de mercancías y proceder a liquidar y pagar los tributos aduaneros es el siguiente:

- La agencia vinculan al importador.
- Solicitan la información de la mercancía objeto a importar con las descripciones mínimas.
- Envían la información de la mercancía al analista de arancel.
- El analista de arancel realiza la clasificación arancelaria de la mercancía y envía el formato de clasificación arancelaria realizado al analista de riesgos para su revisión.
- Después de la llegada de la mercancía al depósito, realizan el reconocimiento de la mercancía.
- Si no existe conformidad con los documentos soportes de la mercancía otorgados por el importador, le informan que se realizará cambio de subpartida arancelaria.
- Por último proceden a liquidar y pagar los tributos aduaneros.

El reconocimiento de las mercancías en trámite de importación la realiza el auxiliar de aduanas directamente en el depósito con el formato de reconocimiento de mercancías, hace un registro fotográfico de las mercancías y lo entrega al analista de arancel quien es la persona encargada de realizar la clasificación arancelaria.

El riesgo presentado al realizar la clasificación arancelaria es que el importador no esté de acuerdo con la subpartida arancelaria realizada y no acepte el cambio de subpartida, los errores en la clasificación arancelaria y en la liquidación de los tributos aduaneros por la aplicación de un porcentaje equivocado de arancel e IVA, el pago de sanciones

pecuniarias al Estado, sin embargo, aseguran no haber tenido liquidaciones oficiales de corrección por subpartida arancelaria en la DIAN, ni pagado sanciones en años últimos cuatro años.

Declaran que el arancel de aduanas es complejo porque es subjetivo y esto dificulta el procedimiento de clasificación también por las costumbres comerciales; que las clasificaciones arancelarias de mercancías solicitadas a la DIAN demoran hasta cuarenta días. Opinan que con base a los requerimientos proferidos por la DIAN, esta entidad deben clasificar arancelariamente las mercancías en una base de datos pública, sin necesidad que sean solicitadas, como medida preventiva, no coactivo, así mismo que las agencias de aduanas, el importador y el Estado son los responsables de la clasificación arancelaria y en consecuencia de la liquidación de tributos aduaneros.

4.7. Agencia de aduanas E

4.7.1. Indicador: Liquidación de tributos aduaneros

La agencia de aduanas tiene cinco empleados con experiencia en agencias de aduana y empresas del sector del comercio exterior, con estudios técnicos y profesionales en comercio exterior. Son capacitados constantemente en cursos de actualización de clasificación y normatividad aduanera Colombiana.

Verifican el importador con los requerimientos mínimos para el conocimiento del cliente de acuerdo a la Circular 170 de 2002. Los documentos que solicitan al importador para realizar la clasificación arancelaria de las mercancías no son validados con el proveedor en el exterior, aplican el principio de la buena fe, los documentos solicitados son:

- Fichas técnicas.
- Catálogos.
- Especificaciones técnicas de los productos.
- Reconocimiento de la mercancía.
- Descripciones mínimas requeridas de acuerdo con la normatividad vigente.

El proceso usado por la agencia de aduanas para realizar la clasificación arancelaria de mercancías y proceder a liquidar los tributos aduaneros es el siguiente:

- Análisis de información remitida por el cliente, fichas técnicas, catálogos, especificaciones generales del producto, consulta en internet sobre el producto a importar, usos, materia constitutiva.
- Consulta de Notas Explicativas.
- Consulta reglas de Clasificación.
- Consulta de Notas de partida, subpartida y capítulo.

El reconocimiento de mercancías lo practican con la normatividad aduanera vigente en el artículo 27-3 decreto 2685 de 1999 y en el Formulario establecido. El riesgo presentado al realizar la clasificación arancelaria es una errónea clasificación arancelaria, mercancías mal declaradas, inconformidad físicamente y documental, legalizaciones de mercancía, multas, sanciones, sobre costos, aprehensión de las mercancías. Manifiestan

que no pueden determinar la cantidad de sanciones que han tenido y que es información confidencial de la agencia de aduanas.

Consideran que el arancel de aduanas no es complejo porque está estructurado así: Enumeración descriptiva, ordenada y metódica de mercancías objeto de comercio internacional mediante un código numérico y una descripción general, la nomenclatura comprende además un conjunto de reglas y principios que ayudan a ubicar un producto dentro de ella para identificar las mercancías en importación de la forma más exacta posible, para establecer el gravamen de la importación.

Igualmente manifiestan que lo complejo es la clasificación arancelaria de una mercancía y ubicarla dentro del arancel de aduanas, las dificultades son cuando el producto es muy complejo y tiene diversas funciones, no se puede ubicar en una subpartidas, cuando se presenta mercancías difíciles de clasificar en el arancel solicitan a la DIAN la clasificación oficial aunque son demoradas, más de dos meses.

Para ellos el procedimiento establecido para clasificación arancelariamente las mercancía es el correcto, pero la DIAN debe contar con más funcionarios que se dediquen a esta función para que el proceso de respuesta al importador sea más ágil. El importador debe responder por la clasifica porque la agencia de aduanas clasifica con base en la información suministrada por él.

4.7.2. Indicador: Responsabilidad social empresarial

La agencia de aduanas carece de un programa de desarrollo integral para sus empleados y de apoyos educativos. El departamento de bienestar social, personal y fondo de empleados es el encargado de responder las inquietudes de los empleados.

Tienen un código de ética, para articularlo se encuentra en la página de la empresa y los empleados que ingresen o pertenezcan a la organización deben conocerlo y colocarlo en práctica, está enmarcado en anticorrupción, soborno, drogas y alcohol, etc., articulan políticas para que el código de ética se refleje en sus prácticas cotidianas, es fomentado por medios verbales, advirtiendo a sus empleados los comportamientos éticos: No sobornos, no corrupción, no dadas a empleados públicos. Los manuales de procedimientos y de funciones son confidenciales y están publicados en la página interna de la compañía.

Garantizan la transparencia de sus operaciones realizando un estudio de seguridad a todos los empleados que laboren en la agencia de aduanas, y el cumplimiento de las normas establecidas de calidad, adicionalmente con el BASC, programa de cooperación entre el sector privado y organismos nacionales y extranjeros, apoyado por el servicio de aduanas de los Estados Unidos, creado para fomentar un comercio internacional seguro y reducir los costos y demoras por controles anti-contrabando y anti-narcóticos. Es un programa voluntario que promueve y apoya el fortalecimiento de estándares de seguridad y protección del comercio internacional y en consecuencia agiliza los procedimientos de inspección de aduanas para las empresas exportadoras. Los canales de diálogo utilizados con la comunidad son el teléfono y el correo electrónico.

No exponen la conformación del comité de control y auditoría, ni de un programa de responsabilidad social; desconocen las necesidades y expectativas de la comunidad, falta asentar alianzas para desarrollar un programa de beneficio a la comunidad, realizar actividades comunitarias y promueven la responsabilidad social empresarial entre sus proveedores, acreedores, clientes e instituciones, expresan que el proceso de liquidación y pago de tributos aduaneros es realizado dentro de las exigencias de ley.

4.8. Discusión de los resultados

En el siguiente cuadro se consolida la información suministrada en el desarrollo de las encuestas.

Cuadro 4-3: Análisis de resultados.

Agencias de aduanas	A	B	C	D	E
Empleados idóneos con experiencia relacionada.	2	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grupos de gestión. ▪ Grupos de apoyo. ▪ Clasificadores ▪ Líder. 	10	5
Programa de capacitaciones adecuado.	Semanal.	Permanente.	Permanente.	Dos veces al año.	Constantes
Documentos solicitados para la clasificación arancelaria.	Factura comercial. Fichas técnica. Catálogos.	Factura comercial. Fichas técnica. Catálogos.	Factura comercial. Fichas técnica. Catálogos.	Factura comercial. Fichas técnica. Catálogos.	Factura comercial. Fichas técnica. Catálogos.
Verificación de documentos.	Aplicación del principio de buena fe al importador.	Aplicación del principio de buena fe al importador.	Aplicación del principio de buena fe al importador.	Aplicación del principio de buena fe al importador.	Aplicación del principio de buena fe al importador.
Verificación del cliente.	Circular 170 de 2002.	Circular 170 de 2002.	Circular 170 de 2002.	Circular 170 de 2002.	Circular 170 de 2002.
Proceso para realizar la clasificación arancelaria.	Requerido por la norma.	Requerido por la norma.	Requerido por la norma.	Requerido por la norma.	Requerido por la norma.
Reconocimiento de mercancías.	Por solicitud cliente. Físicamente e la mercancía con los documentos soportes.	Por solicitud cliente. Físicamente la mercancía con los documentos soportes.	Previa evaluación de variables.	Por solicitud cliente. Físicamente la mercancía con los documentos soportes.	Por solicitud cliente. Físicamente e la mercancía con los documentos soportes.

Cuadro 4-3: (Continuación)

Agencias de aduanas	A	B	C	D	E
Riesgos presentados en la clasificación arancelaria.	Subpartida arancelaria errónea. Liquidación de tributos aduaneros equivocada. Sanciones.	Subpartida arancelaria errónea. Liquidación de tributos aduaneros equivocada. Sanciones.	Subpartida arancelaria errónea. Liquidación de tributos aduaneros equivocada. Sanciones.	Subpartida arancelaria errónea. Liquidación de tributos aduaneros equivocada. Sanciones.	Subpartida arancelaria errónea. Liquidación de tributos aduaneros equivocada. Sanciones.
Sancionados.	SI	SI	SI	NO	SI
Complejidad del arancel de aduanas.	SI	SI	NO	SI	NO
Dificultades en la clasificación arancelaria.	Mercancías que no se pueden clasificar, o que tienen varias opciones de clasificación. Informaciones técnicas de la mercancía.	Informaciones técnicas de la mercancía.	Falta de información de la mercancía. Informaciones técnicas de la mercancía.	Mercancías que no se pueden clasificar, o que tienen varias opciones de clasificación.	Mercancías que no se pueden clasificar, o que tienen varias opciones de clasificación.
Solicitud de clasificación arancelaria a la DIAN.	SI	SI	SI	SI	SI
Procedimiento ideal para clasificar las mercancías.	El importador debe realizar la clasificación arancelaria de las mercancías.	El importador debe realizar la clasificación arancelaria de las mercancías.		La DIAN, debe clasificar arancelariamente las mercancías en una base de datos pública.	El importador debe realizar la clasificación arancelaria de las mercancías.
Responsables por la clasificación arancelaria de las mercancías.	El Importador y agencia de aduanas.	El Importador.	El importador, la agencia o el Estado.	El importador, la agencia o el Estado.	El Importador.
Programa de desarrollo integral para empleados.	SI	NO	SI		NO

Cuadro 4-3: (Continuación)

Agencias de aduanas	A	B	C	D	E
Apoyos educativos a los empleados.	NO	NO	SI		NO
Cuentan mecanismos para responder las inquietudes de los empleados.	SI	SI	SI		SI
Código de ética.	SI	SI	SI		SI
Políticas para articular el código de ética.	Reuniones.	Valores.	Políticas generales.		Verbal.
Actividades para fomentar el código de ética.	Verbal.	Practicar los valores.	Actividades de sensibilización, comités de gestión, evaluación y análisis de errores, canales abiertos de comunicación.		Verbal.
Valores corporativos.	NO	SI	SI		SI
Manual de funciones y procesos.	SI	SI	SI		SI
Garantizan la transparencia en las operaciones.	Documentos.	Pago de impuestos.	Indicadores de gestión.		Calidad.
Comité de auditoría.	NO	SI	SI		No informan.
Programa de responsabilidad social.	NO	NO	No		No informan.
Implementan el programa de RES.	NO	Inician a desarrollarlo.	Inician a desarrollarlo.		No informan.
Conocen las necesidades y expectativas de la comunidad.	NO	NO	NO		NO
Canales de diálogo.	Web, teléfono y el correo.	Web, teléfono y el correo.	Web, teléfono y el correo.		Web, teléfono y el correo.
Actividades comunitarias.	NO	SI	NO		NO

Cuadro 4-3: (Continuación)

Agencias de aduanas	A	B	C	D	E
Alianzas para desarrollar beneficios a la comunidad.	NO	SI	NO		NO
Promueven la RES.	NO	NO	SI		NO
Medida para garantizar el impacto a la comunidad.	Exigen los documentos soportes necesarios para desarrollar sus procesos.	Pagan los impuestos promueven el desarrollo de sus empleados Pagan las prestaciones sociales.	Gestionan el cambio basado en evaluaciones de riesgo e impacto.		No informan.

Elaboración propia, basado en los resultados de la investigación.

De la recopilación anterior acordamos semejanzas, diferencias y debilidades en las actuaciones y procedimientos usados por las agencias de aduanas estudiadas. A continuación se describen las más notables:

Las agencias de aduanas necesitan el número de empleados requeridos para realizar el proceso de liquidación de tributos aduaneros, únicamente la agencia de aduanas C posee la cantidad necesaria de empleados, así mismo los estudios requeridos para ese fin. Las capacitaciones al interior de la agencia son permanentes, en un programa de capacitaciones inespecífico.

Todas las agencias de aduanas solicitan los documentos soportes de las mercancías necesarios para realizar la clasificación arancelaria, sin embargo carecen de mecanismos para validarlos con el proveedor de la mercancía en el exterior, aplican el principio de buena fe; verifican al importador basados en la circular 170 de 2002.

El proceso de liquidación es desarrollado de acuerdo a la legislación aduanera, igualmente el reconocimiento de mercancías, es practicado por solicitud del importador, a excepción de la agencia de aduanas C, lo hace conforme a la verificación de indicadores. Las agencias de aduanas consideran que los riesgos presentados dentro del proceso de liquidación de tributos aduaneros son: La asignación de subpartidas arancelarias erróneas, las liquidaciones y pagos de tributos aduaneros equivocados y sanciones.

Para las agencias de aduanas A, B, D, el arancel de aduanas es complejo porque existen mercancías que no se pueden clasificar, o que tienen varias opciones de clasificación. Aseguran como dificultades para realizar una correcta clasificación arancelarias de las mercancías: La información técnica o falta de información de las mercancías y no disponer de empleados idóneos, ni con conocimientos suficientes y necesarios para realizarla. Proponen el procedimiento ideal para clasificar arancelariamente las mercancías realizado por el importador, solo la agencia D comenta que la DIAN debe clasificar arancelariamente las mercancías en una base de datos pública.

El 50% de las agencias de aduanas tienen un programa de desarrollo integral para empleados, la C brinda apoyos educativos a los empleados. El código de ética lo articulan de diversas maneras, verbalmente, por intermedio de los valores y por las políticas de la organización. La agencia de aduanas C fomenta el código de ética con actividades de sensibilización comités de gestión, evaluación y análisis de errores y con los canales abiertos de comunicación. Solo una de las agencias carece de instaurar valores corporativos y el comité de control y auditoría exigido por la legislación aduanera.

Las agencias de aduanas garantizan la transparencia en las operaciones con la solicitud de los documentos necesarios para realizar los procedimientos, con el pago de los impuestos y con indicadores de gestión. Las agencias de aduanas B y C inician el desarrollo de un programa de RES, es necesario un programa de responsabilidad social definido. Solamente la agencia B conoce las necesidades y expectativas de la comunidad, realiza actividades comunitarias y alianzas para desarrollar beneficios a la comunidad, y la agencia C promueve la RES con sus clientes.

5. Capítulo 5. Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

5.1.1. Verificación del cumplimiento de objetivos

Las conclusiones serán síntesis de análisis alcanzados en la investigación. Con el propósito de evidenciar el cumplimiento de los objetivos propuestos al inicio de la investigación, se señalará cada objetivo con la práctica usada para lograrlo y el alcance final.

- **Describir el proceso de liquidación de tributos aduaneros por parte de las agencias de aduanas en Colombia.**

Al inicio de la teoría se estudiaron los principales conceptos que hacen parte del proceso de liquidación de tributos aduaneros (el tributo, los tributos aduaneros, la obligación tributaria y la clasificación arancelaria), los cuales se definieron para proceder a la descripción del proceso de liquidación de tributos aduaneros con base al Decreto 2685 de 1999 en el cuadro 4. Descripción del proceso de importación, en el cual se plantea una descripción de todo el proceso aduanero de importación, incluyendo el proceso de liquidación de tributos aduaneros; adicionalmente por intermedio de las encuesta se describió el proceso usado por cada una de las agencias de aduanas investigadas para realizar la clasificación arancelaria de mercancías y proceder a liquidar los tributos aduaneros.

Concluyendo que, los tributos aduaneros son instrumentos fiscales al cumplir con su función recaudatoria e instrumentos protectores de la economía y del sector productivo de un país por ser barreras económicas internacionalmente aceptadas por la OMC (Organización Mundial de Comercio), sin embargo la comunidad internacional ha buscado mecanismos para reducir estas barreras económicas, como los tratados de libre comercio. El fin del tributo aduanero carga una obligación tributaria, que es el pago de los tributos aduaneros, obligación impuesta por la legislación aduanera en razón de contribuir con los gastos e inversiones del Estado o sujeto activo. En las importaciones el sujeto pasivo es el responsable del pago del tributo, el importador o en su falta la agencia de aduanas.

Se puede establecer que existe un proceso definido y unificado en las agencias de aduanas en Colombia para realizar la liquidación de los tributos aduaneros, desde el

conocimiento al cliente con base a la circular 170 de 2002, la aplicación del principio de buena fe en la verificación de los documentos aportados por el importador hasta la liquidación, declaración y pago de tributos aduaneros.

Es necesario para la liquidación y el pago de los tributos aduaneros en una declaración de importación que los sujetos pasivos (importador y la agencia de aduanas) realicen un proceso administrativo que inicia con la solicitud de intermediación aduanera, el mandato aduanero, la entrega de documentos de la compraventa, la verificación de documentos, el reconocimiento físico de las mercancías, la clasificación arancelaria de las mercancías y por último la liquidación y pago de los tributos.

- **Determinar los factores que afectan la liquidación de tributos aduaneros por parte de las agencias de aduanas en Colombia.**

El Decreto 2685 de 1999 establece los requisitos, obligaciones y responsabilidades que deben cumplir las agencias de aduanas como responsables de la obligación aduanera, que afectan directamente la liquidación de los tributos aduaneros, estos fueron analizados en el capítulo 7.3 de la investigación, a su vez, con el estudio de la responsabilidad social empresarial se conocieron otros requisitos que influyen en este proceso los cuales se definieron en el capítulo 7.2.; así mismo este objetivo se logró con el análisis de la información proporcionada por las agencias de aduanas investigadas, en el cual se evidencia la importancia de los requisitos, obligaciones y responsabilidades dentro del proceso.

Para concluir que, el desarrollo del proceso de importación de mercancías, específicamente en la liquidación y pago de los tributos aduaneros existen muchos factores que determinan su culminación y éxito, que los sujetos que intervienen cumplan con ciertos parámetros o requisitos establecidos en la normatividad aduanera y adicionalmente con otros parámetros expuestos por la responsabilidad social empresarial, los cuales la organización adopta por compromiso con ella misma o con la sociedad, sea por voluntad o interés propio porque no existe norma que la obligue, solo existen las razones y los diferentes argumentos que tenga cada una para incorporarla en sus procesos.

A los sujetos pasivos la normatividad aduanera establece factores determinantes del logro del proceso como son: “solicitar los documentos soportes de las mercancías, el reconocimiento e inspección y la correcta clasificación arancelaria”, que van unidos con los requisitos establecidos a estos sujetos: “un código de ética, un comité de control y auditoría, empleados idóneos profesionalmente con conocimientos específicos y experiencia, reglas de conducta, manual de funciones y manual de procesos”.

- **Analizar la responsabilidad social empresarial de las agencias de aduanas en Colombia.**

El cumplimiento de este objetivo se logra definiendo en el marco teórico el concepto de responsabilidad social empresarial y conforme a la normatividad aduanera, las responsabilidades y obligaciones de las agencias de aduanas como obligadas tributarias en Colombia, para confrontar los indicadores presentados por los conceptos definidos con la posición de responsabilidad asumida por las agencias de aduanas investigadas

por medio de las encuestas frente a los empleados, a la comunidad y al estado Colombiano. El análisis es presentado finalmente en los capítulos 12 y 13 (análisis y discusión de los resultados).

Conociendo que en Colombia la RES en las empresas está condicionada a muchos elementos, como la economía de las empresas y la cultura. Después de estudiar el proceso de liquidación y pago de tributos aduaneros como una práctica de responsabilidad social empresarial en las agencias de aduanas, se concluye que el proceso está orientado a responder una demanda social: “el pago correcto del tributo”. Para que una agencia de aduanas obtenga una correcta liquidación y pago de tributos aduaneros al Estado debe cumplir algunas directrices, por ejemplo “tener programas de capacitación permanente, ética empresarial, valores corporativos, el desarrollo integral de los empleados y finalmente tener conciencia de las necesidades básicas de la empresa y de sociedad”, entre otras.

Sin embargo, algunas agencias de aduanas tienen debilidad en la construcción de un programa de responsabilidad social empresarial porque la entienden solo como una obligación aduanera, esa debilidad está reflejada en la contratación de empleados con conocimientos técnicos en mercancías, dispuestos a realizar la clasificación arancelaria e interpretación del arancel de aduanas, en la construcción de programas de capacitaciones, en los programas de desarrollo integral para empleados y en los apoyo educativos, adicionalmente algunas agencias de aduanas objeto de estudio aún requieren cumplir algunos requisitos especiales exigidos por la normatividad aduana, como tener el comité de control y auditoría, y valores éticos corporativos.

- **Establecer la relación entre la liquidación del tributo aduanero y la responsabilidad social empresarial de las agencias de aduanas en Colombia.**

La investigación descriptiva aplicada a lo largo del trabajo, el estudio de campo y el análisis de resultados, permite hacer suposiciones de la relación existente entre el proceso de liquidación y pago del tributo aduanero y la responsabilidad social empresarial de las agencias de aduanas en Colombia, puntualizadas, que indican proseguir a la comunidad académica realizar estudios y construir correlaciones.

Por lo anterior, se pueden hacer suposiciones o deducciones acerca de una relación entre el exitoso proceso de liquidación y pago del tributo aduanero y la responsabilidad social empresarial de las agencias de aduanas en Colombia, que para que exista un pago correcto de tributos es indispensable que todos los factores mencionados anteriormente vayan unidos, primero, que la información aportada por los importadores sobre la mercancía a importar se verifique con base a principios éticos; segundo, para contar con empleados idóneos que realicen un reconocimiento y clasificación arancelaria de mercancías es necesario realizar capacitaciones permanentes sobre normatividad aduanera e incentivar su desarrollo integral; y finalmente es indispensable mantener activos los valores corporativos y el código de ética para actuar en todo el proceso de liquidación de los tributos con un fin único realizar el pago del tributo para solventar las necesidades de la comunidad Colombiana.

5.2. Recomendaciones

Para perfeccionar la liquidación de tributos aduaneros como práctica de responsabilidad social empresarial, evitando el pago indebido de tributos aduaneros al Estado Colombiano y de sanciones, se recomienda a las agencias de aduanas en Colombia lo siguiente:

- Contratar empleados con conocimientos específicos en los diferentes tipos de mercancías.
- Fijar las necesidades de capacitación de las personas encargadas de la clasificación arancelaria de las mercancías dentro de las agencias de aduanas.
- Realizar capacitaciones periódicas internas y externas a los empleados.
- Realizar visitas domiciliarias a los importadores, para identificar y clasificar las mercancías importadas comercializadas, agruparlos por sectores económicos.
- Verificar los documentos aportados por los importadores con el proveedor del exterior.
- Realizar siempre el reconocimiento previo a las mercancías en los depósitos.
- Solicitar con anticipación a la importación la clasificación arancelaria de mercancías a la DIAN en los casos que no sea posible realizarla.
- Implementar la liquidación de tributos aduaneros como una práctica de responsabilidad social empresarial.
- Hacer negocios basados en principios éticos y encasillados en la ley.
- Tener valores corporativos, difundirlos y enfatizar el compromiso de los empleados y la organización.
- Tener una gestión cotidiana guiada por valores institucionales.
- Formación ética a los empleados mediante reuniones informales de pequeños grupos.
- Discutir temas éticos que surgen en la empresa.
- Programa formal de entrenamiento sobre ética.
- Incentivar la participación colectiva en la identificación de los valores éticos de la empresa.
- Realizar una cultura tributaria basada en la ética.
- Participación en el diseño de las políticas fiscales del Estado y en la agenda social del país.
- Contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad.
- Crear talleres de cultura tributaria donde participen las agencias de aduanas como intermediarias y los importadores.
- Cumplir con el régimen legal tributario, aduanero y comercial.
- Cumplir con todos los requisitos que la normatividad requiere.

Se recomienda a la comunidad académica realizar nuevos estudios de demandas sociales confrontadas con la RSE, elemento esencial para el desarrollo de una cultura tributaria en Colombia, para mantener y consolidar la contribución de la empresa con el Estado. Que estas investigaciones edifiquen contextos que permitan identificar la responsabilidad social empresarial en los diferentes sujetos.

A. Anexo: Encuesta

Encuesta realizada a las agencias de aduanas, liquidación de tributos aduaneros y responsabilidad social empresarial.

Liquidación de tributos aduaneros	
1	¿Cuántos empleados tienen en la agencia de aduanas realizando la clasificación arancelaria de mercancías? ¿Cuáles son sus experiencias laborales?
2	¿Actualmente la agencia de aduanas tiene un programa de capacitaciones sobre clasificación arancelaria de mercancías y liquidación de tributos aduaneros? ¿Cuál es?
3	¿Qué documentos solicita la agencia de aduanas para realizar la clasificación arancelaria de mercancías?
4	¿Qué mecanismos tiene la agencia de aduanas para verificar los documentos entregados por los clientes con los que se realiza la clasificación arancelaria de mercancías en el arancel de aduanas y para conocer el cliente?
5	¿Cuál es el proceso usado por la agencia de aduanas para realizar la clasificación arancelaria de mercancías?
6	¿Cómo realiza la agencia de aduanas el reconocimiento de mercancías en trámite de importación?
7	¿Cuáles son los riesgos y consecuencias presentados a la agencia de aduanas en el proceso de clasificación arancelaria de mercancías?
8	¿Cuantos procesos de liquidación oficial de corrección por subpartida arancelaria ha tenido la agencia de aduanas desde el año 2008 hasta la fecha en la DIAN? ¿Cuáles son los valores a pagar por tributos y sanciones?
9	¿Considera que el arancel de aduanas es complejo? ¿Porque?
10	¿Qué dificultades ha tenido la agencia de aduanas al clasificar mercancías en el arancel de aduanas?
11	¿La agencia de aduanas ha solicitado a la DIAN la clasificación arancelaria de mercancías? ¿De cuáles?
12	¿Las respuestas a estas solicitudes son demoradas? ¿Cuánto tiempo han demorado?
13	¿Cómo cree usted que debe ser el procedimiento establecido por la legislación aduanera para realizar la clasificación arancelaria de mercancías?
14	¿Quién cree usted que debe responder por la clasificación arancelaria de una mercancía, el importador, la agencia de aduanas o el estado Colombiano?
Responsabilidad social empresarial	
15	¿La agencia de aduanas tiene un programa de desarrollo integral para sus trabajadores? ¿Cuál?

16	¿La agencia de aduanas tiene apoyos educativos para el desarrollo de habilidades en sus empleados personal? ¿Cómo son?
17	¿La agencia de aduanas cuenta con mecanismos para responder las inquietudes de los empleados? ¿Cuáles?
18	¿La agencia de aduanas tiene un código de ética? ¿Cuál es?
19	¿La agencia de aduanas articula políticas para que ese código de ética se refleje en sus prácticas cotidianas? ¿Cuáles son?
20	¿Cómo fomenta la agencia de aduanas el ejercicio de la ética en sus operaciones?
21	¿Cuáles son sus valores corporativos de la agencia de aduanas? ¿Cómo los ponen en práctica?
22	¿Cuáles son los manuales de funciones y manuales de procedimientos establecidos por la agencia de aduanas?
23	¿Cómo garantiza la agencia de aduanas la transparencia en sus operaciones aduaneras?
24	¿Quiénes conforman el comité de auditoría de la agencia de aduanas?
25	¿La agencia de aduanas tiene un programa de responsabilidad social frente al estado Colombiano? ¿Cuál es?
26	¿Cómo lo implementa en el proceso de clasificación arancelaria de mercancías y de liquidación de tributos aduaneros?
27	¿La agencia de aduanas conoce las necesidades y expectativas de la comunidad? ¿Cuáles son y como ayudan para impulsar su desarrollo?
28	¿Cuáles son los canales de diálogo establecidos por la agencia de aduanas con la comunidad con la que se relaciona?
29	¿Qué actividades sociales comunitarias ha realizado la agencia de aduanas?
30	¿Qué alianzas tiene la agencia de aduanas para desarrollar un programa de beneficio a la comunidad?
31	¿Cómo promueve la responsabilidad social empresarial entre sus proveedores, acreedores, clientes e instituciones con los que se relaciona? Diga acciones específicas.
32	¿Qué medidas necesarias adopta la agencia de aduanas para garantizar que sus actividades no tengan impacto negativo sobre la comunidad donde las desarrolla?

Bibliografía

ABRE, J. L. y BADII, M. (2006). *Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial*.

ARMAS , M. E., & COLMENARES DE EIZAGA, M. (2009). *Educación para el desarrollo de la cultura tributaria*. *Revista electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*, 4(6), 141 - 160.

Asociación Iberoamericana de Tribunales de Justicia Fiscal o Administrativa. (s.f.). *Obtenido de* <http://www.aitfa.org/attachments/file/diccionario/fiscal/t.pdf>

BANCO MUNDIAL. *Obtenido de* <http://web.worldbank.org/wbsite/external/wbi/wbiprograms/cgcsr/p/0,,contentmdk:20760254~pagepk:64156158~pipk:64152884~thesitepk:460861,00.html>.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). *Obtenido de* <http://www.iadb.org/mif/v2/spanish/rse.html>.

CAMARGO HERNÁNDEZ, D. (2005). *Evasión fiscal: un problema a resolver*.

CENTRO PARA LA ACCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN GUATEMALA (CENTRARSE). *Obtenido de* http://centrarse.org/main.php?parent_id=2&id_area=2.

CENTRO COLOMBIANO DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL (CCRE). *Obtenido de* <http://www.ccre.org.co/>.

CENTRO INTERAMERICANO DE INVESTIGACIÓN Y DOCUMENTACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL (CINTERFOR). *Obtenido de* <http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/employer/respons/index.htm>.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. (COM, 2001). *Libro Verde. Fomentar un marco Europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.

CONSTITUCIÓN POLITICA DE COLOMBIA, (1991).

- COZBY, P. (8ª). *Métodos de investigación del comportamiento*. México: McGraw Hill.
- DE LA CUESTA, M. (2004). "El porqué de la responsabilidad corporativa". *Botellín Económico de Información Comercial Española*, Volumen 2813, 45-58, agosto-septiembre. En Díaz (2012). *La inclusión laboral de personas con limitaciones físicas como práctica de responsabilidad social empresarial. El caso de la Gran Estación – Centro comercial*.
- DECRETO 2685. (1999). *Colombia*.
- DIAZ, A. D., (2012). *La inclusión laboral de personas con limitaciones físicas como práctica de responsabilidad social empresarial. El caso de la Gran Estación – Centro comercial*.
- DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES. (s.f.). Obtenido de http://www.dian.gov.co/descargas/sobredian/direccionamiento2010/PLAN ESTRATEGICO_2010-2014_V_21_Sintetizada.pdf.
- DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES. (2009). *Nuestro trabajo es nuestra ofrenda*. Bogotá: DIAN.
- FECHAC. (2012). *Instrumento de Autodiagnóstico para las empresas*. Chihuahua, México: Fundación del Empresariado Chihuahuense.
- FERNANDEZ, R. (2009). *Responsabilidad social corporativa*. España: Editorial club universitario. En Díaz (2012). *La inclusión laboral de personas con limitaciones físicas como práctica de responsabilidad social empresarial. El caso de la Gran Estación – Centro comercial*.
- FERREIRO, L. (2005). *La aplicación de los tributos: ¿Confrontación o colaboración?* *Revista electrónica temas para el debate* (Nº 131), pág. (39-42) ISSN 1134-6574.
- GOMEZ, M. y QUINTANILLA, D. (2012). *Los informes de responsabilidad social empresarial: su evolución y tendencias en el contexto internacional y colombiano*.
- GUTIÉRREZ, R., AVELLA, L., & VILLAR, R. (2006). *Aportes y desafíos de la responsabilidad social empresarial en Colombia*. Bogotá: Edisoma.
- HORTTA, E. (1994). *Ética General*. En Camargo (2005). *Evasión Fiscal: Un problema a resolver*.
- IBARRA PARDO, G. (s.f.). *La clasificación arancelaria en Colombia*. Bogotá: Dintel.
- IVANCEVICH, J. (1997). *Gestión, Calidad y Competitividad*. España: McGraw Hill.

- KERLINGER, F. (2002). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales México*. México: McGraw Hill.
- LOPEZ, A. (s.f.). *Régimen jurídico de las sociedades de intermediación aduanera y la responsabilidad derivada de su ejercicio*. Págs. (36 - 61).
- MÉNDEZ ÁLVAREZ, C. (2006). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales (4 ed.)*. Bogotá: Limusa.
- MOLANDER, E. (1987). *A Paradigm of Desing, Promulgation and Enforcement of Ethical Codes*. En Ivancevich (1997). *Gestión Calidad y Competitividad*. McGraw Hill.
- NARANJO MESA, V. (2006). *Teoría Constitucional e Instituciones Políticas (10ª ed.)*. Colombia.
- NOCETE CORREA. (2005). *Incidencia de las nuevas tecnologías en la aplicación de los tributos*. *Revista electrónica de la facultad de derecho. Universidad Nueva Granada*, Págs. 181 - 201. ISSN 0212-8217.
- OCAMPO, J. A. (1997). *Historia económica de Colombia (4 ed.)*. Colombia: Tercer mundo.
- OLIVER, C., & DELGADO, G. (2005). *Anuario multidisciplinar para la modernización de las administraciones públicas*. *Revista electrónica Nuevas Políticas Públicas (Nº 1)*, Págs. (161 - 193) ISSN 1699 - 7026.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN (FAO). *Obtenido de <http://www.rlc.fao.org/ong/info13.htm>*.
- OUNDJIAN, A., & BARBOSA, J. (s.f.). *El derecho tributario aduanero en Colombia*. *Revista del Instituto Colombiano de Derecho Tributario (Nº 60)*, Págs. (160 - 205).
- PARDO CARRERO, G. (2010). *Tributación Aduanera*. Colombia: Legis.
- PIZA RODRIGUEZ, J. (2010). *Curso de derecho tributario, procedimiento y régimen sancionatorio (1º ed.)*.
- RAUFFLET, E y BARRERA, E (2010). *Algunos aspectos sobre la responsabilidad social en América Latina: énfasis en la experiencia colombiana y brasileña (Cap.10)*. En Díaz (2012). *La inclusión laboral de personas con limitaciones físicas como práctica de responsabilidad social empresarial. El caso de la Gran Estación – Centro comercial*.

SANCHOS, A. (2010). *El arancel integrado comunitario: un caso práctico*. Revista electrónica de innovación educativa (Nº 4), Págs. 59 - 64. ISSN 1989 - 3477.

SELLTIZ, C. (1980). *Métodos de investigación en las relaciones sociales (9ª ed.)*. Madrid: Rialp.

STARLING. (1988). *The Changing Environment of Business*. En Ivancevich (1997). *Gestión Calidad y Competitividad*. McGraw Hill.