

Política y Responsabilidad Social.

Autor
David Ocampo



Catalogación en la fuente: Biblioteca Universidad EAN

Política y responsabilidad social 2

[Recurso electrónico] / David Ocampo. -- Bogotá : Universidad EAN, 2012. -- (Cuaderno de Casos ; No. 2)

56 p.

ISBN: 978-958-756-181-4

1. Responsabilidad social - Estudio de casos 2. Política social
- Estudio de casos

658.408 CDD 21



Edición

Dirección Gestión del Conocimiento

Revisor Estilo
Elsy Londoño

Diagramación
Adriana Rodríguez

Publicado por Ediciones EAN 2013.
Todos los derechos reservados.
ISBN: 978-958-756-181-4

Universidad EAN, Carrera 11 No. 78-47 Bogotá D.C., Colombia, 2013

Prohibida la reproducción parcial o total de esta obra sin autorización de la Universidad EAN[©]

Producido en Colombia.

Contenido

Caso 1.

Zonas tributarias especiales como resultado de una política pública.....	7
--	---

Caso 2.

“RICURAS S.A.” una empresa responsable ubicada en la zona fanca.....	49
--	----

Introducción

La metodología de casos ha sido desarrollada por la Escuela de Negocios de Harvard y exitosamente aplicada por el INCAE, Adolfo Ibañez y otras escuelas de negocios, y en la actualidad, es de amplísima aplicación como mediación investigativa para la enseñanza, el aprendizaje y la consultoría empresarial. En alineación con su Misión y Visión, la Universidad EAN ha decidido crear el Grupo de Investigación para el Sistema de Producción y Administración de Casos -SPAC- cuyo objeto es diseñar, estructurar y poner en marcha un sistema de producción y administración de casos que sirva de apoyo a los procesos pedagógicos, investigativos y de consultoría y que contribuya a elevar la calidad académica de los programas que ofrece la universidad.

Esta versión de estudios de casos, elaborado por profesores, investigadores, y estudiantes de la Universidad, presenta a la comunidad académica los alcances logrados durante la primera fase de redacción de casos, y constituye un primer insumo de trabajo para el futuro acuerdo de cooperación que el INCAE y la Universidad EAN vienen gestionando.

El objeto que se persigue con esta publicación es abrir el espacio necesario de discusión y mejoramiento continuo del proceso de creación de casos, generando la sana crítica y la búsqueda de consensos dentro del debate académico. Igualmente, permitirá la realización de experiencias piloto con aplicaciones en el aula de estas narraciones a fin de generar los elementos pedagógicos necesarios.

CASO

1

Zonas tributarias especiales como resultado de una política pública

Por: David Ricardo Ocampo Eljaiek



Fuente. Responsabilidad Social en las Empresas, Bestratén Belloví, Manuel Esquema "Responsible Care" del CENTRO NACIONAL DE CONDICIONES DE TRABAJO, surgido en Canadá en 1988 y traducido como Compromiso de Progreso en España, de aplicación voluntaria.

“Pero las estadísticas confiesan. Los datos ocultos bajo el palabrerío revelan que el veinte por ciento de la humanidad comete el ochenta por ciento de las agresiones contra la naturaleza, crimen que los asesinos llaman suicidio, y es la humanidad entera quien paga las consecuencias de la degradación de la tierra, la intoxicación del aire, el envenenamiento del agua, el enloquecimiento del clima y la dilapidación de los recursos naturales no renovables.”

Eduardo Galeano.

Resumen del caso

El siguiente estudio de caso da a conocer las ventajas de las políticas públicas implementadas desde la puesta en operación de la ley de ordenamiento territorial y como se contempla e invita a las empresas a ejercer buenas prácticas. Este estudio fue aplicado en una zona con condiciones de beneficios tributarios cerca al área metropolitana de una ciudad capital y lo llamaremos (ZONAS TRIBUTARIAS ESPECIALES) el cual está concebido como una empresa con incidencia pública y privada y no como una entidad netamente lucrativa.

Con base en ello, se encontrarán las principales características que se desarrollan en su formulación y ejecución, el impacto social que generan, el ambiental y el económico, permitiendo así: dar a conocer la situación general de una propuesta responsable aprovechando las buenas intenciones de una política pública implementada en el desarrollo del territorio y una buena práctica de la responsabilidad social; dar a conocer los posibles aportes al desarrollo de un país y a las unidades territoriales en las que se concentran las actividades comerciales y finalmente identificar las características sociales, los compromisos ambientales y las necesidades territoriales.

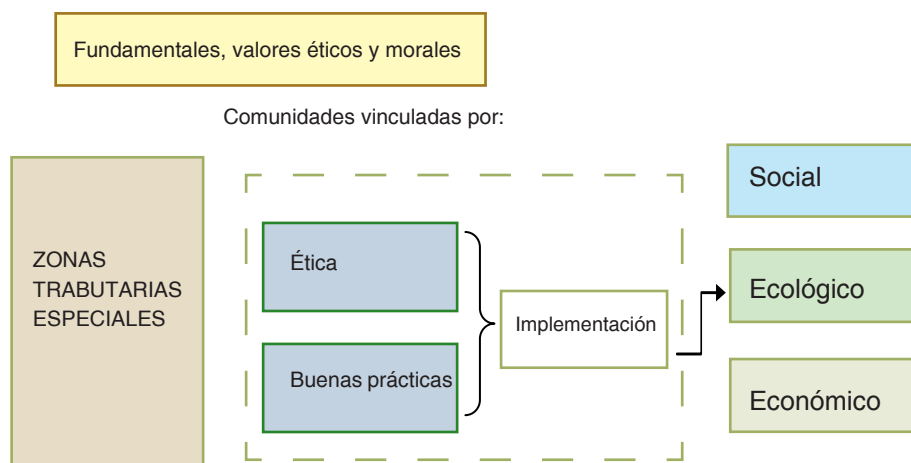
Así mismo, lo que se busca es la divulgación de las buenas prácticas y compromisos por parte de las empresas privadas con el desarrollo del territorio, teniendo presente las políticas públicas de un buen gobierno, las realidades económicas, empresariales y la forma en las que se puedan efectuar los programas de responsabilidad social empresarial.

Las buenas prácticas son ahora un factor fundamental dentro del mundo globalizado, allí radica el hecho de que cada día las empresas públicas, privadas y comunitarias se estén interesando por este tema.

Las empresas competitivas no se orientan únicamente por el afán de lucro, sino que operan dentro de sus propios contextos con criterios éticos definidos; esto significa el descubrimiento de la responsabilidad social que tiene toda empresa actualmente con la sociedad, la economía y el planeta.

La noción de responsabilidad social ha llevado a estructurar algunos pilares fundamentales, valores éticos y morales, cuya incidencia principal se manifiestan en nuestros actos y de qué manera estas pueden afectar o dañar a otra persona o a un determinado entorno social.

**FIGURA 1. VALORES ÉTICOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
Y DEL DESARROLLO SOSTENIBLE**



El proceso integral para la puesta en operación de proyectos responsables, hace que desde los ámbitos de la organizaciones privadas se replantee o se tenga en cuenta la consecución económica que justifica la supervivencia de la empresa y el querer alcanzar objetivos de carácter social y de respeto al medio ambiente; esto conlleva a establecer espacios físico territoriales llamados zonas especiales tributarias comerciales e industriales localizadas con equidistancia local, regional, nacional e internacional, con especificaciones de conectividad y cercanía a las vías que actualmente conectan la región metropolitana con el resto del país y a las futuras y más importantes obras de infraestructura que acercarán aún más su productos a los países de destino.

Además del respaldo y la asesoría de la operación de las Zonas Tributarias Especiales que cuenta con más de 20 años de experiencia como usuario operador, por lo cual, es catalogada como el operador de Zonas Tributarias Especiales, más importante del país, contando con procedimientos de operación certificados por la norma ISO 9001:2008¹, sus operaciones estarán soportadas por el Programa Informático de Control Integral.

Lista de los temas que cubre

- Zonas Tributarias Especiales.
- Ventaja a las empresas que aplican el modelo RSE.
- Gerencias RSE.
- Responsible Care.
- Stakeholders.
- Desarrollo sostenible².

¹ Conjunto de normas sobre la calidad y las gestiones. La Norma ISO 9001 ha sido elaborada por el Comité Técnico ISO/TC176 de ISO Organización Internacional para la Estandarización y especifica los requisitos para un buen sistema de gestión de la calidad que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con fines contractuales. La norma ISO 9001 tiene origen en la norma BS 5750, publicada en 1979 por la entidad de normalización británica.

² El término desarrollo sostenible, perdurable o sustentable se aplica al desarrollo socio-económico y fue formalizado por primera vez en el documento conocido como informe Brundtland (1987), fruto de los trabajos de la Comisión Mundial de Medio Ambiente creada en Asamblea de las N.U. en 1983. Dicha definición se asumirá en el Principio 3.º de la Declaración de Río (1992) http://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_sostenible.

1.

Un argumento con contexto y entorno

Nuestro mundo atraviesa una crisis en la economía, la ecología y la política. Por doquier se lamenta la ausencia de una visión global, una alarmante acumulación de problemas sin resolver, una parálisis política, la incapacidad de los dirigentes políticos tan carentes de instinto de futuro y, en general, faltos de interés por el bien común. Demasiadas respuestas inconclusas para nuevos retos que deben asumir los actores públicos, privados y comunitarios de la sociedad que quieren contribuir en la construcción de un mundo mejor, todos debemos respetar los derechos, la inclusión, la libertad, la paz, la igualdad y la democracia, principios universales que son la base de un pueblo próspero y desarrollado.

Se puede decir que las empresas exitosas se caracterizan por tener:

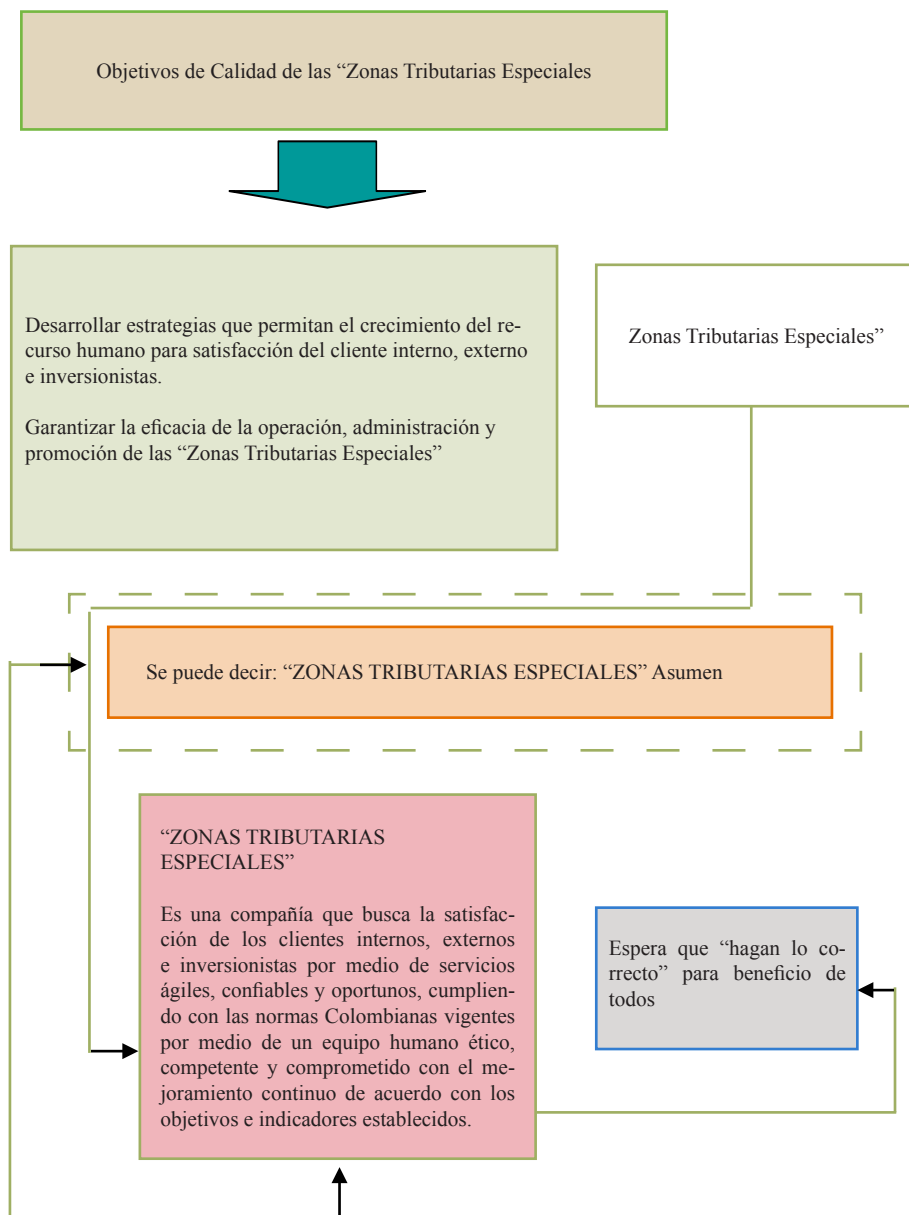
- Sentido de pertenencia interno, local y externo.
- Motivación en los niveles sociales, económicos y ambientales.
- Liderazgo en los niveles integrales.
- Creatividad e iniciativa al máximo.
- Comunicación.
- Modelos de gestión Horizontal.
- Tecnología, amable eficiente y eficaz.
- Responsabilidades para cada uno de los miembros de la organización.

- Trabajo en equipo.
- Combinación de las variables eficientes.
- Misión y objetivos.
- Claridad de los fines y cómo llegar a ellos.
- Apropiación del personal con la organización.
- Certificación de calidad.

De estas características podemos destacar que a pesar de que las empresas adolecen de grandes debilidades en pro del logro de su éxito, Zonas Tributarias Especiales es una compañía que busca la satisfacción de los clientes internos, externos e inversionistas por medio de servicios ágiles, confiables y oportunos, cumpliendo con las normas del país “A” vigentes por medio de un equipo humano ético, competente y comprometido con el mejoramiento continuo de acuerdo con los objetivos e indicadores establecidos. Poniendo en marcha una ética empresarial que no se dedique a declaraciones teóricas, sino que motive a las organizaciones a implementar una cultura moral en todos sus miembros, obligando a las entidades gubernamentales a incorporar estas políticas, en donde deben existir la pedagogía social de los valores y una ética pública.

Es así como las zonas especiales pertenecen a un sistema generador de riqueza y rescata el liderazgo del emprendimiento en la sociedad, siendo una creación social y cultural, como la economía misma de las empresas, reflexión conceptualizada en la siguiente figura.

FIGURA 2. DESARROLLO DE ZONAS TRIBUTARIAS ESPECIALES, UNA EMPRESA RESPONSABLE



Fuente. Desarrollado por el autor.

Los asuntos de las Zonas Tributarias Especiales, se basan en la honestidad, la responsabilidad, el compromiso, el respeto, en las políticas claras de gobierno corporativo como valores indispensables que integran las labores diarias con el fin de favorecer el desarrollo de la misión, visión, política de calidad y satisfacción de las necesidades del cliente; implementa procesos conectados al desempeño de cualquier empresa, no sólo porque toma decisiones y actúa, sino porque lo hace siempre orientada por cierta concepción del bien. Es importante destacar que este comportamiento ético requiere reconocer que la confidencia es un valor constitutivo de la actuación, que exige trabajo constante en el tiempo y en una serie de actitudes que se puedan reconocer como correctas; en consecuencia, se ha reconocido que la austeridad y la proactividad hacen parte de la responsabilidad, a largo plazo, favorece la supervivencia y el éxito de cualquier puesta en operación de proyecto, programa y estrategia.

El instrumento técnico para encauzar los recursos hacia la productividad en el campo concreto y contribuir al crecimiento de la nación en las Zonas Tributarias Especiales, con la sociedad, y el entorno urbano y rural, hace que no se orienten únicamente por el interés en el ingreso, sino que se constituya dentro de sus propios contextos con criterios definidos; por tanto los entornos sociales y las actitudes comunes definidas pretenden promover, administrar, desarrollar y operar nuevas Zonas Tributarias Especiales a nivel nacional e internacional, que debe resultar legítima para la sociedad. Es en esa comunidad donde los individuos se pueden convertir en sujetos solidarios, indicando un carácter corporativo de la empresa en el que no debe marcar el individualismo, sino entre el estado y la empresa definir los recursos y aprovechamiento de los elementos que aportan para buscar un equilibrio y equidad social, ambiental y económica.

“La responsabilidad social es la capacidad de respuesta que tiene un agente moral, ya se trate de una persona o de una empresa, no sólo a los efectos e implicaciones de sus acciones, sino también a las necesidades, demandas, expectativas o intereses que sobre ella tienen los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés). De esta forma, las empresas tienen responsabilidades en todas sus relaciones, cuyo punto de partida supone el cumplimiento

de las exigencias legales para cada una de dichas relaciones.” (Preziosa).

Lo anterior indica que la empresa opera dentro del entorno social, como un agente con una responsabilidad indelegable referida a la producción de bienes o servicios, cumpliendo una misión social necesaria para el desarrollo humano del país. Además, en su propio dinamismo interno, la empresa también tiene responsabilidades. En consecuencia, la Responsabilidad Social implica discutir cuáles son los fines propios de cada empresa, lo mismo que el tipo de bienes y medios que están en juego en cada organización.

La empresa da la posibilidad de la iniciativa y el mayor despliegue creativo en el campo de la economía, motivando un esfuerzo productivo grande manteniendo a través del tiempo riesgos y costos altos, en virtud de la iniciativa empresarial sin sacrificar los valores éticos.

2.

Zonas tributarias especiales, un negocio pensado

El presente caso se desarrolla con una mirada a la compleja situación social y económica que enfrenta nuestro país en el momento en que la ley 388 de Ordenamiento territorial, formulada en el año 1997, e implementada en el año 2000, contiene los lineamientos generales del uso del suelo y de la expansión urbana de la ciudad entre los años 2001 y 2011.

Esta ley ha sido generadora de un cambio en la forma de pensar y planificar el territorio, sobre todo en los municipios perimetrales al área metropolitana; municipios que tenían un comportamiento individual con interés personal y una diferente visión del territorio desarticulada a la necesidad y el desarrollo de actividades económicas clasificadas por medio de los usos del suelo, de igual forma, ha servido de ayuda para comprender la importancia que tiene el hecho de ser vecinos y aprovechar las actividades económicas, productivas e industriales que se tienen en común al ser tan cercanos como unidades territoriales. A partir de ahí, empieza a generarse el modelo de zona económica con beneficios tributarios, que en este caso se conoce como Zonas Tributarias Especiales, modelo que varios autores han definido como:

“La zona franca es un territorio que goza de beneficios como lo es el no pago de derechos de importación de mercancías o el no cobro de algunos impuestos. Los gobiernos crean estas zonas francas para atraer capitales y promover el desarrollo económico de la región, Estas zonas tienen como objetivo la creación de empleo y la captación de inversiones de capital.

Esta zona franca se denomina permanente ya que varias empresas se pueden instalar y desarrollar allí sus actividades industriales”³.

Esta unidad territorial delimitada goza de beneficios adoptados por muchos gobiernos de diferentes países como práctica urbana común. El norte y occidente del área metropolitana, no se quedaron atrás en ese modelo de ordenamiento, se espera que la zona económica con beneficios tributarios sea destinada a macro proyectos, centros de compra y a la formación de industrias o almacenes especiales para la mercancía en tránsito, pero no solamente ofrece beneficios sino que obliga la implementación de técnicas eficaces, la zona tributaria es la base de un sistema de redistribución de la riqueza, que empieza en ella y se perfecciona desde el estado, facilitando que también sea un mecanismo para alcanzar la equidad y justicia social.

Sin embargo, el modelo no contempla la necesidad de formular negocios con características responsables y amables con el medio ambiente, sostenibles y responsables. Los proyectos institucionales de las empresas pueden estar encaminados a promover el desarrollo humano desde la orientación hacia la construcción de un proyecto de país que sea viable a largo plazo.

La noción de responsabilidad invita a considerar y a evaluar los efectos de las acciones de las empresas en cuanto a los factores que han incidido en la actual configuración de la sociedad colombiana y a implementar prácticas sostenibles y responsables de las empresas comerciales; es aquí cuando la política privada juega un papel importante en la definición de buenas prácticas empresariales en beneficio de un territorio y en la consolidación de una política pública factible que cuente con las estructuras organizacionales y los intereses particulares y generales de zonas tributarias especiales.

³ Céspedes Rodrigo, Régimen general de Draw-Back de gravámenes aduaneros: Ley 18.708. revista Chilena de derecho Vol. 27. pp 525.548 2000)sección estudios

2.1 Consideraciones financieras

- Supuestos económicos durante el periodo proyectado: inflación, devaluación, tasas esperadas del costo del capital y tasa de interés prevista del costo de la deuda o de su pasivo.
- Proyección de los estados financieros: balance general, flujo de caja y efectivo, estado de resultados a diez años, descripción de cálculos y tendencias.
- Evaluación y sustentación de valor presente neto, tasa interna de retorno e indicadores de rentabilidad económica.
- Descripción del modelo financiero, fuentes de financiación y plan de inversiones.
- Proyección de las ventas y/o ingresos tanto del mercado local como del mercado externo.

2.2 Consideraciones económicas

- Generación de economías de escala y desarrollo regional.
- Proyección de indicadores económicos regionales y nacionales relacionados con el proyecto.
- Descripción de procesos industriales o de servicios a prestar.
- Materias primas.
- Estrategias de producción.
- Análisis del mercado potencial de los servicios y/o productos que se fabricarán o comercializarán o prestarán en las zonas tributarias especiales.

A pesar de la dureza con la que se presenta la vida económica y empresarial dentro del libre mercado, la racionalidad indica que debe incorporarse una serie de valores que correspondan a los empresarios. La siguiente información demostrará solidez y capacidad para desarrollar las actividades señaladas en su objeto social:

- Documento debidamente suscrito por el representante legal, el contador público y revisor fiscal en el cual se establezca lo siguiente:
 - La composición o probable composición del capital vinculado al proyecto, indicándose si el capital es nacional o extranjero.
 - La nueva inversión la cual deberá realizarse en los términos señalados por el artículo 392 del decreto 2685 de 1999.
- Documento debidamente suscrito por el representante legal donde se compromete a obtener dentro de los dos años siguientes a su calificación, la certificación de gestión de calidad de los procedimientos, servicios, infraestructura, tecnología y elementos inherentes al desarrollo de su actividad por parte de la entidad competente.
- Documento debidamente suscrito por el representante legal en el cual se compromete y establece los términos y condiciones en que se generarán empleos y la inversión a que se refieren los numerales 13,14 y 15 del artículo 393-24 del decreto 2685 de 1999 y el párrafo 5º. del mismo artículo.
- Composición o probable composición del capital vinculado al proyecto, con indicación de su origen nacional o extranjero.
- Cuando sea del caso, concepto favorable de la entidad competente sobre el impacto ambiental del proyecto, de acuerdo con las normas ambientales vigentes.
- Cuando se pretenda prestar servicios turísticos, concepto previo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

- Cuando se pretenda prestar servicios de salud, concepto previo del Ministerio de la Protección Social.
- Las demás autorizaciones, calidades y acreditaciones necesarias para el desarrollo de la actividad exigidos por la autoridad competente que regule, controle o vigile la actividad correspondiente según sea el caso, así como las acreditaciones especiales que requieran dichas entidades a efectos de otorgar su visto bueno para desarrollarse como usuario industrial o comercial de zonas tributarias especiales .
- Carta de compromiso firmada por el representante legal en la que se compromete a obtener certificación en cuanto a procedimientos, servicios, infraestructura, tecnología y demás elementos inherentes al desarrollo de su actividad, expedida por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales o un tercero autorizado por esta dentro de los dos años siguientes a su calificación como usuario industrial o comercial de zonas tributarias especiales.
- Certificación expedida por el revisor fiscal o el contador en el cual indique que la empresa no se encuentra reubicando su actividad empresarial del Territorio Aduanero Nacional a las zonas tributarias especiales.
- Certificación expedida por La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, deberá certificar que el usuario no tenga deudas exigibles con la entidad, o si las tiene que exista acuerdo de pago vigente y, que ni el representante legal ni sus socios hayan sido sancionados con cancelación por violación a las normas aduaneras.
- Sistema para la prevención de lavado de activos que implementará la empresa al iniciar su operación en la zonas tributarias especiales, de acuerdo con los parámetros establecidos en la Circular 170 de 2002.
- Certificación bajo la gravedad de juramento, del representante legal de la persona jurídica solicitante en la que indique que ni

él ni sus socios han sido condenados por delitos no culposos durante los cinco años anteriores a la solicitud de calificación. Este requisito no se exigirá para los accionistas, cuando la persona jurídica se encuentre constituida como una sociedad anónima.

- Carta de compromiso firmada por el representante legal en la que se compromete a cumplir los siguientes requisitos de acuerdo al monto acreditado en activos totales:
 - Tratándose de personas jurídicas que acrediten activos totales inferiores a quinientos salarios mínimos mensuales legales vigentes (500 smmlv) no se exigirán requisitos en materia de nueva inversión y generación de empleo.
 - Tratándose de personas jurídicas que acrediten activos totales entre quinientos salarios mínimos mensuales legales vigentes (500 smmlv) y cinco mil salarios mínimos mensuales legales vigentes (5.000 smmlv), compromiso de generar mínimo 20 nuevos empleos directos y formales a la puesta en marcha del proyecto.
 - Tratándose de personas jurídicas que acrediten activos totales entre cinco mil un salarios mínimos mensuales legales vigentes (5.001 smmlv) y treinta mil salarios mínimos mensuales legales vigentes (30.000 smmlv), compromiso de realizar una nueva inversión por cinco mil salarios mínimos mensuales legales vigentes (5.000 smmlv) dentro de los tres años siguientes a la calificación y de generar mínimo 30 nuevos empleos directos y formales a la puesta en marcha del proyecto.
 - Tratándose de personas jurídicas que acrediten activos totales por un monto superior a treinta mil salarios mínimos mensuales legales vigentes (30.000 smmlv), compromiso de realizar una nueva inversión por once mil quinientos salarios mínimos mensuales legales vigentes (11.500 smmlv) dentro de los tres años siguientes a la calificación y de generar

mínimo 50 nuevos empleos directos y formales a la puesta en marcha del proyecto.

- En el evento en que dentro del año siguiente a la calificación del Usuario Industrial o Comercial se aumente el valor de los activos totales, deberán ajustarse los compromisos de empleo y/o inversión, según corresponda.

Cuando se disminuya el valor de los activos totales podrán ajustarse los compromisos de empleo y/o inversión, según corresponda.

A partir del segundo año siguiente a la puesta en marcha del proyecto, deberá mantenerse mínimo el noventa por ciento (90%) de los empleos a que se refieren los compromisos según el monto de activos totales.

Si la empresa solicitante está desarrollando su actividad en el territorio nacional y pretende relocalizarse en la zona, tenga en cuenta lo siguiente:

Si solicita calificación como usuario industrial de bienes:

- Acreditar que relocaliza toda la actividad económica de la empresa a zonas tributarias especiales, mediante la presentación de una certificación del representante legal y del revisor fiscal.
- Que su patrimonio líquido supere los sesenta mil salarios mínimos legales mensuales vigentes, (60.000 s.m.m.l.v.), presentando para el efecto, certificado de revisor fiscal.
- Carta de compromiso mediante la cual se obliga a invertir dentro de los tres años siguientes a su calificación como usuario industrial de bienes, un valor equivalente al ciento por ciento (100%) del patrimonio líquido declarado en el año fiscal previo a la autorización.

Si solicita la calificación como usuario industrial de servicios, lo siguiente:

- Acreditar que relocaliza toda la actividad económica de la empresa a zonas tributarias especiales, mediante la presentación de una certificación del representante legal y del revisor fiscal.
- Que su patrimonio líquido supere los sesenta mil salarios mínimos legales mensuales vigentes, (60.000 s.m.m.l.v.), presentando para el efecto, certificado de revisor fiscal.
- Carta de compromiso mediante la cual se obliga a incrementar dentro del año siguiente a la autorización, la planta de personal, tanto en cantidad como en valor de la nómina de salarios y demás prestaciones laborales, en un porcentaje superior al ciento por ciento (100%) del promedio de los empleos y emolumentos correspondientes al año inmediatamente anterior a la fecha de la calificación. Para el efecto deberá anexar certificado de revisor fiscal en el que conste tal incremento.

El Plan Maestro de Desarrollo, seleccionó sectores prioritarios que presentan una oferta real, actual y potencial en la región; beneficios arancelarios y alta dinámica exportadora así como un considerable número de productos que utilizan vía aérea para su transporte y que también tienen una gran demanda en los países con los que tenemos o estamos buscando Tratados de Libre Comercio y Acuerdos de Doble Tributación. Adicionalmente, estos sectores registraron crecimientos en producción, exportación y ventas nacionales.

Se van a desarrollar tres *clúster*, (liviano, pesado y de soporte), los cuales pueden encontrar proveedores en la región aledaña a ZTE. De esta manera, se creará un círculo virtuoso que atraiga más empresas a la región.

Para las empresas, la sostenibilidad es una potente y la definición de idea: una empresa sostenible es aquella que crea beneficios para sus accionistas, mientras que la protección del medio ambiente mejora las vidas de aquellos con quienes interactúa. Funciona de manera que sus intereses comerciales y los intereses del medio ambiente y la sociedad se cruzan. Una empresa sostenible tiene una excelente oportunidad de ser más exitosa mañana de lo que es hoy, y permanecer con éxito, no sólo por meses o incluso años, sino durante décadas o generaciones.

Estrategias de Negocios Sostenibles 2005 por Andrew W.

Lo anterior marcó la ruta de desempeño empresarial y con el tiempo conoció un conjunto de personas capaces de sacar el proyecto adelante, de esta manera crean Zonas Tributarias Especiales, una zona con beneficios tributarios diferentes a las demás a la hora de laborar con integridad real.

Ahora, las zonas tributarias especiales, es una de las más grandes del país con metas bastante ambiciosas y ejemplo de Responsabilidad Social para las empresas de todo el mundo.

3.

Presentación de las zonas tributarias especiales, la empresa

Las Zonas Tributarias Especiales, es un proyecto que empieza en el año 2008. Cuenta con una impresionante obra arquitectónica, localizada en la conurbación de los municipios “uno, dos y tres del área metropolitana de la ciudad central”, a 33 Km. del aeropuerto de carga internacional, a 2 horas de los puertos rivereños buena vía y buena mar, con un frente de más de 700 metros, sobre la avenida de oriente, que conecta con la nueva Ruta del comercio; colinda con el sistema férreo que en un futuro pasará el tren del sistema articulado de desplazamiento, comunicando a cuatro municipios con la ciudad central sobre el anillo vial circundante al área metropolitana, estos espacios no son una conjunción de elementos ni una combinación de actividades, sino una comunidad de personas, teniendo como responsabilidad contribuir de diferentes maneras al bienestar social, como una comunidad de colaboración, cooperación y trabajo.

Las Zonas Tributarias Especiales, se ubican hoy como una de las zonas comerciales metropolitanas más importantes del “país A”. Una de las características estratégicas es su localización, ya que cuenta con un potencial de usuarios de diversas características como: residencia, comercio, oficinas, etc.

TABLA 1. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS ZONAS TRIBUTARIAS ESPECIALES

TRAZADO INTERIOR CON PROYECCIÓN AL TRÁFICO ESTIMADO EN 20 AÑOS	DISEÑO ELÉCTRICO, COMUNICACIONES Y SERVICIOS	REDES HIDRÁULICAS, SANITARIAS Y PLANTAS DE TRATAMIENTO	SEGURIDAD	FACILIDADES
• Circuito de vías internas de 3.5 Km., diseñadas con altas especificaciones para tráfico pesado. • Amplias vías entre 10 y 17 mts.. • Andenes de 4 mts. de ancho, 2 de ellos en zonas verdes. • Patio de recepción e inspección de mercancías para 60 tractocamiones	• Redes eléctricas y de telecomunicaciones subterráneas. • Subestación eléctrica. • 80 Kva, en cada lote urbanizado. • Conectividad a Internet a través de fibra óptica. • Red de gas natural.	• Acueducto de agua potable. • Acueducto para reutilización de aguas tratadas y lluvias, en procesos industriales. • Sistemas de alcantarillado independiente para aguas lluvias y residuales. • Laguna de amortiguación para aguas lluvias, con estación de bombeo. • Planta de tratamiento de aguas residuales • Manejo interno de residuos sólidos.	• Sistema integral de seguridad 24/7. • Cerramiento perimetral con doble malla e iluminación. • Control de acceso vehicular y peatonal. • Circuito cerrado de vigilancia y monitoreo (CCTV) 24 horas, 365 días al año.	• Básculas para el control aduanero. • Montacargas. • Oficinas de la DIAN en sitio. • Entidades bancarias en sitio. • Restaurantes y cafeterías. • Parqueaderos para visitantes. • Oficinas modulares, auditorios y salones de conferencia.

4.

Cómo es el negocio

Zonas Tributarias Especiales, es una área geográfica delimitada en los perímetros municipales, en donde se desarrollan actividades industriales de bienes y de servicios, o actividades comerciales, bajo una normatividad especial en materia tributaria, aduanera y de comercio exterior. Las mercancías ingresadas en estas zonas se consideran fuera del territorio aduanero nacional para efectos de los impuestos a las importaciones y a las exportaciones. Ley 1004 de 2005.

Esto esta soportado por las siguientes normas:

REGLAMENTO DE LA LEY DE ZONAS FRANCAS

CAPÍTULO I

NORMAS GENERALES

ARTÍCULO 1.

Este Reglamento tiene por objeto normar la aplicación de la Ley de Zonas Francas.

ARTÍCULO 1.

Para la interpretación y aplicación de las normas de este Reglamento, el uso del término "Ley", está referido al Decreto 05-09 del Congreso de la República, Ley de Zonas Franca.

ARTÍCULO 3. La solicitud de autorización para la instalación y desarrollo de una Zona Franca.

Normativa relacionada

Decreto Supremo Nº 341, de 1977, sobre zonas y depósitos francos.

Circular Nº 29 de 1976, zonas y depósitos francos, tributación que afecta a las empresas que se instalan en dichas zonas o depósitos francos.

Circular Nº 95 de 1970, contabilidad separada de empresas con actividades dentro y fuera de las zonas y depósitos francos.

Circular Nº 37 de 1982, modificaciones al D.S. de Mda. Nº 341, de 1977, sobre normas en zonas y depósitos francos.

Circular Nº 16 de 1986, modificaciones al artículo 10 bis del D.S. de Mda. Nº 341/77.

Circular Nº 51 de 1995, industrias acogidas al régimen de zona franca del D.S. Nº 341/77, pueden recuperar los impuestos del D.L. Nº. 025/74 en la forma prevista en su artículo 36.

Decreto Supremo Nº 341, de 1977, sobre zonas y depósitos francos.

Circular Nº 29 de 1976, zonas y depósitos francos, tributación que afecta a las empresas que se instalan en dichas zonas o depósitos francos.

Circular Nº 95 de 1970, contabilidad separada de empresas con actividades dentro y fuera de las zonas y depósitos francos.

Circular Nº 37 de 1982, modificaciones al D.S. de Mda. Nº 341, de 1977, sobre normas en zonas y depósitos francos.

Circular Nº 16 de 1986, modificaciones al artículo 10 bis del D.S. de Mda. Nº 341/77.

Circular Nº 51 de 1995, industrias acogidas al régimen de zona franca del D.S. Nº 341/77, pueden recuperar los impuestos del D.L. Nº. 025/74 en la forma prevista en su artículo 36.

Circular Nº 7, de 1996, modificaciones al Artículo 11 de la Ley No. 18.211, y reducción de su tasa a contar del 01.04.96.

Circular Nº 28, de 1996, impone instrucciones sobre la Retención del Impuesto a los Tabacos Manufacturados que deben Efectuar los usuarios de Zona Franca, en las ventas de cigarrillos y tabacos de fumar y de la declaración Jurada Mensual sobre el Movimiento y Existencia de Estos Productos.

Circular Nº 42 de 2000, instrucciones sobre Aplicación del nuevo Artículo 29 del Decreto Supremo Nº 341, de 1977, que fija el Texto Refundido, Coordinado y Sistematizado de Normas que rigen la actividad de las zonas y depósitos francos, agregado por la Ley Nº 19.669, de 05 de Mayo del 2000.

Circular Nº 44 del 2001, actividades o inversiones comprendidas en las franquicias tributarias que establece el D.F.L. Nº 341, de 1977, del Ministerio de Hacienda, sobre Zonas Francas. Fuente: Dpto. Impuestos Directos.

Circular Nº 59 del 2002, modificaciones introducidas al D.L. Nº 025, de 1974, por la Ley Nº 19.827, publicada en el Diario Oficial de 31 de Agosto de 2002.

Circular Nº 26 de 2004, Tipificación como delito tributario de acciones tendientes a perjudicar el interés fiscal, en que incurrir quienes efectúan transacciones al interior de las Zonas Francas establecidas por ley. Fuente: Departamento de Asesoría Jurídica.

Resolución Nº 601 de 1982, establece normas administrativas y de control para la devolución del IVA en las ventas de mercaderías nacionales o nacionalizadas a las zonas francas primarias, y fija requisitos para las compras desde las zonas de extensión.

Resolución Nº 2191 de 1996, establece la retención de los tributos que indica contenidos en el d.lto. 025, de 1974, por parte de los usuarios de las zonas francas, en las ventas hacia la zona de extensión.

Resolución Nº 24 del 2004, modifica las Instrucciones Respecto de Declaraciones Juradas Anuales Respecto de Convenciones Sobre Mercaderías Situadas en el Extranjero o Situadas en Chile y no Nacionalizadas, en Reemplazo de la Declaración Jurada Mensual Referida a la Misma Materia, Establecidas por Resolución Nº 5007 del 03-11-2000.

Resolución Nº 00 del 2005, establece Obligación de Presentar Declaración Jurada Sobre Operaciones Realizadas por Contribuyentes Usuarios de las Zonas Francas a que se refiere el D.F.L. Nº 341 de 1977.

Resolución Nº 149 del 2005, modifica Resolución exenta Nº 00 de 2005 que establece la obligación de presentar una declaración jurada sobre operaciones realizadas por contribuyentes usuarios de las zonas francas a que se refiere el D.F.L. Nº 341 de 1977.

Suplemento Tributario, Declaraciones de Impuestos.

5.

Desarrollo responsable de las zonas tributarias especiales

La contribución voluntaria de la empresa al mejoramiento de su entorno, bien sea en la parte interna o en la parte externa del proyecto, es un compromiso hacia el desarrollo sostenible, teniendo una relación con los grupos de interés⁴.

Clientes: ellos son los que aportan el dinero y generan los ingresos por las compras que hacen en las empresas localizadas en las zonas tributarias especiales.

Proveedores: son quienes aportan los insumos para la producción de la empresa los cuales determinan en gran parte el costo más importante del proceso productivo y especialmente de la calidad del producto.

Se integra con los sistemas de gestión de la empresa y el valor del comportamiento ético y de transparencia de la organización. Es expectativa social de competitividad de una organización.

Depende del rendimiento económico, la gestión social y ambiental de dicha organización.

⁴ El programa Responsible Care es una iniciativa global y voluntaria de la industria química cuyo objetivo es lograr que las empresas adheridas a este Programa, en el desarrollo de sus actividades, mejoren continuamente la Seguridad, la Protección de la Salud y el Medio Ambiente de acuerdo a los principios del Desarrollo Sostenible.

Responsible Care se aplica en 53 países de todo el mundo bajo la gestión de un programa internacional único (<http://www.icca-chem.org/Home/ICCA-initiatives/Responsible-care>) y que en España está coordinado por la Federación Empresarial de la Industria Química Española (FEIQUE).

Principios del “Centro de actividades comerciales” frente a la responsabilidad social:

Colaboradores y empleados: siendo este el principio de la empresa reconociendo que los trabajadores aportan el trabajo, capital intelectual quienes reciben salario y son parte de los gastos operacionales de la empresa.

Propietarios: siendo los dueños del capital financiero del negocio y quienes invierten en el patrimonio de la misma.

Estado: el estado recibe los tributos y provee equidad social, infraestructura, seguridad y otros insumos.

La sociedad: aunque no somos consientes de eso jugamos un papel importante y definitivo la acción comunitaria generando un impacto.

Las Zonas Tributarias Especiales (ZTE) se enfoca en:

REsponsabilidad social: una vez instaurado el Pacto Global de las Naciones Unidas en (ZTE), nos habremos comprometido a velar porque las empresas usuarias apliquen el siguiente contexto:

“La ética es de gran relevancia para todo individuo y se extiende al ámbito empresarial. En cada decisión y acción que se tome está inmerso el comportamiento ético, se habla hoy que el talento humano es el mayor activo de las organizaciones y su presencia en éstas requiere de especial atención, por lo tanto, si somos conscientes que este activo no es un medio sino un fin para el logro de objetivos empresariales, estamos trabajando en el actuar ético como estrategia de desarrollo y competitividad empresarial. Sin embargo, no deja de existir empresarios que consideran que la empresa es únicamente productiva por la gestión finaciere; aunque ésta es importante, no se debe desconocer que el discurso ético en las empresas permite fortalecer la cultura organizacional así como adoptar nuevos paradigmas hacia una empresa responsable y sostenible.....lozano 2009”.

Y esto define una cultura de valores que fortalecen las empresas definiendo un modelo ético dentro de un marco de referencia el cual ayuda a los miembros de las organizaciones a orientar su actuación, además , sirve para evaluar, juzgar los comportamientos y tomar las decisiones estratégicas dentro de lineamientos claros.

Por eso, la oportunidad que brinda el espacio territorial y el uso del suelo Zonas Tributarias Especiales, debe contemplar prácticas amables empresariales a las nuevas actividades económicas que se pretenden en estas zonas, que por ahora, no están formuladas en la distribución de las industrias en este lugar.

El desafío de una teoría ética de la empresa consiste en articular y conciliar sus tres dimensiones: económicas, políticas y éticas.

Para ello Olcese, Rodríguez; Alfaro (2008) plantea fundamentos de la empresa responsable y sostenible:

Bien común y bien propio: el comportamiento de la mayoría de las empresas se ha centrado exclusivamente en el bien propio como única vía para prosperar y perdurar en el tiempo. Actualmente se necesita reivindicar la búsqueda del “bien común” como valor necesario para que las empresas puedan contribuir a la mejora de la situación económica, social y medioambiental. Al interiorizar este valor las empresas y sus integrantes podrán percibir y compartir sus venturas y desventuras para corregir el rumbo de su actuación en la dirección más apropiada..

Las Zonas Tributarias Especiales (ZTE) se enfoca en:

Responsabilidad social: una vez instaurado el Pacto Global de las Naciones Unidas en (ZTE), nos habremos comprometido a velar porque las empresas usuarias apliquen el siguiente contexto:

“La ética es de gran relevancia para todo individuo y se extiende al ámbito empresarial. En cada decisión y acción que se tome está inmerso el comportamiento ético, se habla hoy que el talento humano es el mayor activo de las organizaciones y su presencia en éstas requiere de especial atención, por lo tanto, si somos conscientes que este activo no es un medio sino un fin para el logro de objetivos empresariales, estamos trabajando en el actuar ético como estrategia de desarrollo y competitividad empresarial. Sin embargo, no deja de existir empresarios que consideran que la empresa es únicamente productiva por la gestión financiera; aunque ésta es importante, no se debe desconocer que el discurso ético en las empresas permite fortalecer la cultura organizacional así como adoptar nuevos paradigmas hacia una empresa responsable y sostenible.....lozano 2009”.

Y esto define una cultura de valores que fortalecen las empresas definiendo un modelo ético dentro de un marco de referencia el cual ayuda a los miembros de las organizaciones a orientar su actuación, además , sirve para evaluar, juzgar los comportamientos y tomar las decisiones estratégicas dentro de lineamientos claros.

Por eso, la oportunidad que brinda el espacio territorial y el uso del suelo Zonas Tributarias Especiales, debe contemplar prácticas amables empresariales a las nuevas actividades económicas que se pretenden en estas zonas, que por ahora, no están formuladas en la distribución de las industrias en este lugar.

El desafío de una teoría ética de la empresa consiste en articular y conciliar sus tres dimensiones: económicas, políticas y éticas.

Para ello Olcese, Rodríguez; Alfaro (2008) plantea fundamentos de la empresa responsable y sostenible:

Bien común y bien propio: el comportamiento de la mayoría de las empresas se ha centrado exclusivamente en el bien propio como única vía para prosperar y perdurar en el tiempo. Actualmente se necesita

reivindicar la búsqueda del “bien común” como valor necesario para que las empresas puedan contribuir a la mejora de la situación económica, social y medioambiental. Al interiorizar este valor las empresas y sus integrantes podrán percibir y compartir sus venturas y desventuras para corregir el rumbo de su actuación en la dirección más apropiada.

Colaboración y competitividad: los retos económicos, sociales y medioambientales que tiene que afrontar la humanidad en su conjunto hace que la colaboración de la empresa con sus grupos de interés sea no sólo importante sino imprescindible. Nadie tiene todas las respuestas ni posee todas las capacidades necesarias para hacer frente con éxito a dichos retos. Por ello, la competitividad debería dar paso a un mayor énfasis en la necesidad de colaborar, de intercambiar ideas, de crear de forma cooperativa nuevo conocimiento y nuevas soluciones.

Emocional y racional: parece que la idea de que lo racional y emocional son términos contrapuestos en lugar de complementarios, por ello, sin olvidar la importancia de la racionalidad, las empresas han de hacer hincapié en lo emocional y en la importancia que éstas tienen en las relaciones humanas y en el desarrollo de capacidades tan importantes para las empresas y sus integrantes, como la creatividad, el compromiso, el entusiasmo, etc..

Confianza y control: la mayoría de las empresas considera el control un aspecto clave de su gestión. Sin duda es necesario; el problema es que, en la práctica se manifiesta un control excesivo sobre el comportamiento de las personas, dado que no se tiene confianza sobre éstas. Las empresas deben promover la confianza entre sus integrantes y grupos de interés, la confianza se construye y el excesivo control es una barrera que imposibilita el desarrollo de la confianza entre las personas.

Aprendizaje y eficiencia: el requisito de que las empresas gestionen adecuadamente la necesidad de ser eficientes, para tener éxito en el presente y al mismo tiempo la de invertir en aprender para desarrollar nuevas capacidades que le permitan vislumbrar de forma optimista el futuro.

Coherencia e imagen: tanto para las organizaciones como para las personas, la imagen es muy importante, la cuestión es entender que el valor imagen es de carácter extrínseco, mientras que el valor coherencia es primordialmente intrínseco. La imagen tiene que ver más con lo que viene de afuera (el qué dirán), que con lo que surge en nuestro interior (lo que somos y creemos). Por lo tanto, la coherencia con nuestros valores y principios ha de estar presente en las relaciones de las empresas y sus integrantes con otras personas y organizaciones en sus decisiones y en actuaciones.

Diálogo y comunicación: las empresas deben comunicar de forma transparente qué está haciendo y qué pretende hacer, qué resultados está obteniendo y cuáles aspira a alcanzar. Dicha comunicación ha de ser externa como interna, ésta debe ser parte de un proceso de diálogo abierto, honesto y fluido entre la empresa y sus diferentes grupos de interés.

Diversidad y uniformidad: las empresas necesitan que sus integrantes compartan valores y criterios comunes y actúen de una manera coordinada y coherente, es decir, han de promover la uniformidad, pero también han de cultivar la diversidad para que todos a una caminen en la dirección más oportuna en cada momento.

De acuerdo con lo anterior; vemos la importancia que tienen los comportamientos éticos dentro de una organización, dado que facilita su dinámica a partir de un trabajo colectivo en busca de la internalización de valores y normas en cada uno de los integrantes de la empresa como en sus stakeholders. Una táctica para interiorizar valores y normas son los códigos éticos empresariales, los cuales son documentos que contienen los criterios que orientan la gestión y la toma de decisiones de cada uno de sus miembros. Por lo tanto; es importante conocer la estrategia corporativa de la empresa y sus políticas de forma clara, para funcionar y contribuir al cumplimiento de dicha estrategia. Esto incluye los valores de la cultura organizacional, mecanismos de autorregulación, control y sanciones, como también las pautas para reconocer y abordar los dilemas éticos que se pueden presentar así como generar una imagen social que construya confianza y un compromiso ético para desarrollar Responsabilidad Social.

Por consiguiente, los gerentes deben concientizarse de que su entorno necesita que su empresa proceda de una forma social y medioambiental consecuente y que sus colaboradores deseen estar en una empresa de la que puedan estar orgullosos y que valore su contribución. En realidad, muchos empresarios no se ocupan de este tema pero saben de forma inconsciente que actuar correctamente, satisfacer a los clientes, motivar a los trabajadores, preocuparse por los distribuidores, ser un buen miembro de la comunidad y proteger el medio ambiente, influye en el aspecto económico. Así que para seguir siendo competitivas las empresas deben adaptarse a estas nuevas demandas del mercado y de la sociedad en la que actúan. El carácter de una empresa pequeña, mediana o grande, invita a ser más flexible y personal, permite que pueda responder con mayor rapidez a estos cambios y advertir antes las oportunidades que ofrece el mercado. Dentro de los criterios y valores están:

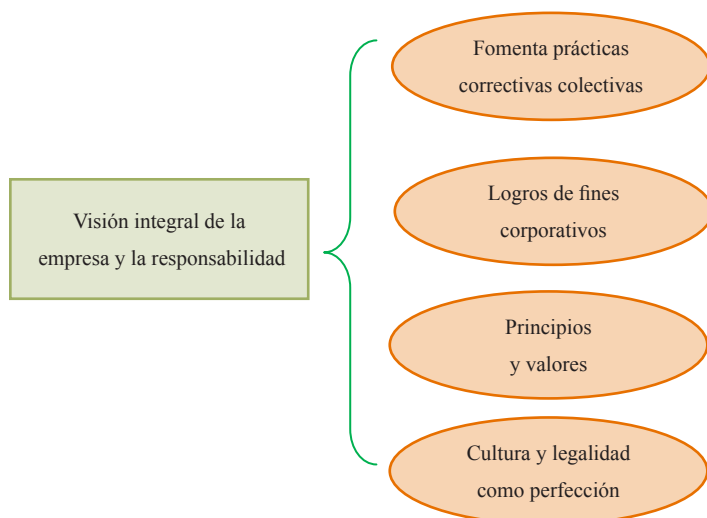
- Apoyen y respeten la protección de los Derechos Humanos Fundamentales internacionalmente reconocidos, dentro de su ámbito de influencia.
- No sean cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.
- Contraten Mano de Obra Local y Contribuyan a la inversión en investigación e innovación.
- Incluyan a la población discapacitada de sector y en algunos casos la incorporación de población excluida.

RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL. Con respecto a las relaciones laborales:

- Nos comprometemos a apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
- Apoyaremos la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

- Apoyaremos la erradicación del trabajo infantil. Aboliremos las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
- Lucharemos contra la corrupción, en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno y a denunciar a las empresas usuarias si éstas cometen alguno de estos actos.
- (ZTE) se asociará a BASC (Business Alliance for Secure Commerce), la cual es una alianza empresarial internacional que promueve un comercio seguro, en cooperación con gobiernos y organismos internacionales.

FIGURA 3. ESQUEMA RESPONSABILIDAD SOCIAL, ÉTICA CON LA SOCIEDAD



Fuente. Elaboración del autor

RESPONSABILIDAD AMBIENTAL. las empresas deberán:

- Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente:
La (ZTE) contará con un área de separación de residuos en sitio.
- Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental: Plantación de más de 4.500 árboles, cursos de separación de residuos a los operarios de las empresas usuarias.
- Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente: se tratarán las aguas industriales y las aguas negras para que puedan ser reutilizadas en procesos de producción de las “300” empresas usuarias, sanitarios y riego de zonas verdes, una vez sean mezcladas con aguas lluvias. Solo se usará agua potable para la preparación de alimentos, aseo y consumo humano.
- Crear 4.500 nuevos empleos directos y 10.000 indirectos.
- Ejecutar, promocionar y cumplir con los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas.

RESPONSABILIDAD TERRITORIAL: las empresas que se instalen en la zona económica con beneficios tributarios, serán exoneradas en un 50% del impuesto de industria y comercio, durante los primeros cinco años continuos, contados a partir del comienzo de sus actividades, sin perjuicio del 3% establecido por pago oportuno, sujeto al cumplimiento del requisito de generar empleos directos en un 50% del personal que requieren para el desarrollo de sus actividades. Además de argumentar que si las empresas deben ser un medio, luego tendrán un fin acomodador a su razón y medio.

RESPONSABILIDAD LEGAL:

LEY	DECRETO	RESOLUCIONES	CIRCULARES
Ley 1004 del 30 de diciembre de 2005 “Por la cual se modifica un régimen especial para estimular la inversión y se dictan otras disposiciones”. Ley 062 de 2005 “Por la cual se dictan disposiciones sobre racionalización de trámites y procedimientos administrativos de los organismos y entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones públicas o prestan servicios públicos”. Ley 963 del 8 de julio de 2005 “Por la cual se instaure una ley de estabilidad jurídica para los inversionistas en Colombia” Ley 1111 del 27 de diciembre de 2006 “Por la cual se modifica el estatuto tributario de los impuestos administrados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales	Decreto 1299 del 12 de febrero de 2008 “Por el cual se modifica el Decreto 2685 de 1999 y se dictan otras disposiciones”. Ver texto completo. Decreto 780 del 13 de marzo de 2008 “Por el cual se adiciona el Decreto 2885 de 1999”. Ver texto completo. Decreto 1532 del 9 de mayo de 2008 “Por medio del cual se modifican los niveles porcentuales del Certificado de Reembolso Tributario - CERT y se dictan otras disposiciones”. Ver texto completo Decreto 2883 del 6 de agosto de 2008 “Por el cual se modifica parcialmente el Decreto 2685 de 1999 y se dictan otras disposiciones”. Ver texto completo Decreto 4051 del 23 de octubre de 2007 “Por el cual se modifica parcialmente el Decreto 2685 de 1999 y se dictan otras disposiciones”. Ver texto completo. Decreto 383 del 12 de febrero de 2007 “Por el cual se modifica el Decreto 2685 de 1999 y se dictan otras disposiciones”. Ver texto completo. Decreto 2950 del 29 de agosto de 2005 Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 963 de 2005 “por la cual se instaure una ley de estabilidad jurídica para los inversionistas en Colombia”. Ver texto completo	Resolución 01 del 3 de diciembre de 2007 “Por la cual se expide el reglamento de funcionamiento de la Comisión Intersectorial de Zonas Francas”. Resolución 0432 del 18 de febrero de 2008 “Por el cual se crea el Comité de apoyo a la Secretaría Técnica de la Comisión Intersectorial de Zonas Francas y se adoptan otras determinaciones”. Resolución 5532 del 24 de junio de 2008 “Por la cual se modifica parcialmente y se adiciona la Resolución 4240 de 2000. Resolución 285 del 19 de diciembre de 2007 “Por la cual se impone a los depósitos públicos y privados; sociedades de intermediación aduanera; sociedades portuarias; usuarios de “zonas tributarias especiales”; empresas transportadoras; agentes de carga internacional; usuarios aduaneros permanentes y usuarios altamente exportadores, la obligación de reportar de manera directa a la Unidad de Información y Análisis Financiero. Resolución 06456 del 26 de julio de 2005 “Por la cual se modifica parcialmente la Resolución 4240 de 2000”. Resolución 7002 del 9 de agosto de 2001 “Por la cual se modifica parcialmente la Resolución 4240 del 2 de junio de 2000”.	Circular reglamentaria del Banco de la República – 19 de septiembre de 2008 Modificaciones a las operaciones de cambio en zonas francas. Circular reglamentaria del Banco de la República – 1 de Octubre de 2008 Aclaración a modificaciones a las operaciones de cambio en zonas francas Conpes 3366 Consideraciones técnicas para la evaluación de solicitudes De celebración de contratos de estabilidad jurídica.

Ley	DECRETO	RESOLUCIONES	CIRCULARES
	Decreto 4271 del 23 de noviembre de 2005 “Por el cual se modifica la estructura de la Unidad Administrativa Especial de Impuestos y Aduanas Nacionales”. Ver texto. Decreto 3180 de 2002 “Por el cual se modifica parcialmente el Decreto 2685 de 1999”. Ver texto completo	Resolución 08657 del 17 de octubre 2003 “Por la cual se modifica parcialmente la Resolución 4240 de 2000 Resolución 09098 del 6 de octubre de 2004 “Por la cual se modifica la Resolución 4240 del 2 de junio de 2000”. Resolución 01513 del 28 de febrero de 2005 “Por la cual se establece la obligación de presentar Declaración de Importación en forma anticipada para unas mercancías y se señalan unas restricciones”. Resolución 4240 del 2 de junio de 2000 “Por la cual se reglamenta el Decreto 2685 de diciembre 28 de 1999”. Resolución 05482 del 29 de junio de 2005 “Por la cual se modifica la Resolución 1513 de 2005”. Resolución 5796 del 7 de julio 2005 “Por la cual se señalan los lugares habilitados para el ingreso e importación de mercancías originarias y/o provenientes de la República de Panamá y de la República Popular China”. Resolución 15756 del 29 de diciembre de 2006 “Por la cual se modifica y adiciona la Resolución 00005 del 14 de enero de 2003”.	

Bajo estos parámetros el Centro de actividades comerciales, afirma la RSE, puede ser mucho más que un costo, una restricción o un acto de caridad, puede ser una fuente de oportunidades, innovación y ventajas competitivas. Porter y Kramer, Harvard Business Review, 2006.

6.

Conclusiones

- La responsabilidad social es un factor importante para disminuir la brecha entre los ricos y pobres.
- La ética es importante para el éxito tanto laboral como personal.
- Los procesos de gestión éticos dentro de una empresa generan el sostenimiento y éxito continuo.
- El ayudar a las personas, no tanto por el interés de ganarse algún reconocimiento, sino por el simple hecho de colaborar a los problemas de la sociedad, genera un apoyo incondicional para poder algún día solucionar los problemas que nos agobian.
- Ayudar a las personas con discapacidades o madres cabezas de familia mayores de 40 años genera una buena imagen de la empresa y un impacto en la sociedad.
- Crear un sistema de responsabilidad social como el que maneja centro de actividades comerciales es posible y rentable.
- Invertir en el recurso humano reafirma la calidad del servicio para los clientes.
- Hacer crecer a los trabajadores, es hacer crecer a la empresa
- Las fundaciones a través del departamento de recursos humanos deben tener herramientas claras e indispensables en el manejo de programas de RSE para conocer las debilidades y falencias de los trabajadores.

- Las fundaciones a la hora de hacer programas de responsabilidad social deben conocer o saber realmente qué personas necesitan un trabajo para el sustento de sus familias.

Yse abre la discusión

- ¿Cree usted que las empresas deben establecer voluntariamente códigos de conducta como parte de la RSE e involucrarlas con el desarrollo del territorio?
- ¿Cree que las zonas tributarias especiales debe regirse por códigos corporativos y leyes de referencia?
- ¿Es usted partidario de que firmas independientes realicen labores de auditoría sobre el cumplimiento de las acciones éticas?
- ¿Qué otras actividades cree que las zonas tributarias especiales deben implementar con la RSE?
- ¿Cómo debería ser el manejo ideal para tener continuidad mínimo en 20 años en la participación de las entidades en la mejora de la ciudad y cómo el gobierno corporativo influye en el desarrollo y planificación empresarial?
- ¿Cree usted que en nuestro país las grandes empresas nacionales y multinacionales contribuyen al desarrollo adecuado de la responsabilidad social?
- ¿Cree que las entidades estatales contemplan dentro de sus funciones la RSE?
- ¿Cuál cree que es el aporte de estas zonas especiales al territorio y a la conformación de empresas?
- ¿Es partidario de la implementación lógica y distribución de regalías a los municipios que tienen influencia de las zonas tributarias especiales?

Bibliografía

Alvira, T. & et al (1989). Metafísica. Pamplona: Eunsas.

Amendolara, M. (2009). Las zonas francas en la Unión Europea y el MERCOSUR: una perspectiva comparada sobre su rol en los procesos de integración, Serie: IR : la revista del instituto; 5: p. 8-34

Carroll, A. (1998). Social responsibility. En: P. H. Werhane y R. E. Freeman (eds). The Blackwell encyclopedic dictionary of business ethics. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.

Casaubon, J. (1981). Nociones generales de lógica y filosofía. Buenos Aires: Editorial Estrada.

Goodpaster, K. E. y Matthews, J. B. (enero - febrero, 1982). *Can a corporation have a conscience?* Harvard Business Review, págs. 132-141.

David, H. 2001 Regulating corporate social performance: A new look at corporate social accounting, auditing, and reporting. Business Ethics Quarterly. Philosophy Documentation Center, Charlottesville, Virginia, vol. 11, N° 2, págs. 307-330.

Moon, J. (2004). *Government as a driver of corporate social responsibility*. International Centre for Corporate Social Responsibility, Research Paper Series, N° 20. [<http://www.nottingham.ac.uk/business/ICCSR/>], (14 mar. 2005).

Pieper, J. (1980) La definición de «responsabilidad social empresarial como tarea filosófica 59. Las virtudes fundamentales. Madrid: Ed. RIALP en coedición con Grupo Editor Quinto Centenario S.A. (Bogotá).

Preziosa M. Pontificia Universidad Católica Argentina, Santa María de Los Buenos Aires.

Schmidt, E. (1999). *Ética en los negocios para América Latina*. Lima: Universidad del Pacífico, Occidental Petroleum Corporation of Peru (OXY).

Schwartz, M. y Carroll, A. (2003). Corporate social responsibility: A three-domain approach. *Business Ethics Quarterly* Vol. 13, Issue 4, págs. 503-530.

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-188736>

<http://zonafrancaoccidente.com/ShowChannel.asp?ChannelId=2>

<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/geografia/deter/7.htm>

[http://www.laopinion.com.co/noticias/index.php?option=com_content
&task=view&id=356827&Itemid=32](http://www.laopinion.com.co/noticias/index.php?option=com_content&task=view&id=356827&Itemid=32)

CASO

2

“Ricuras S.A.” Una empresa responsable ubicada en la zona franca

“Es justamente la posibilidad de realizar un sueño lo que hace que la vida sea interesante.”

Paulo Coelho

Resumen del caso

El siguiente estudio de caso da a conocer las ventajas de una buena práctica aplicada a una empresa dedicada a la fabricación y distribución de alimentos prácticos y gratificantes, la cual llamaremos “RICURAS S.A.” Es un ejemplo en la actualidad de liderazgo y de responsabilidad social, lo que la ha llevado a constituirse como una de las mejores empresas a nivel nacional en el mercado de alimentos. Esta empresa representa una excelente propuesta laboral para cualquier ciudadano, ya que ofrece crecimiento personal en un ambiente familiar lleno de logros, metas, responsabilidades y desafíos; esta empresa está localizada en una zona franca muy cerca al área metropolitana.

RICURAS S.A., es una empresa en un país en vía de desarrollo, en este caso será el país "A", que con el tiempo y su experiencia, ha inculcado a sus empleados el trabajo en equipo y un sinfín de valores responsables con el medio ambiente, con la economía y con los actores sociales. La finalidad empresarial es contribuir al logro de los objetivos de la empresa y la de sus empleados, los que más adelante se enunciarán, fortaleciendo la confianza y reputación en el largo plazo, respondiendo a las expectativas de sus grupos de interés.

Para hacer realidad esta estrategia de actuar con responsabilidad social empresarial, RICURAS S.A., estructuró y definió el ciclo de gestión que asegurará los resultados esperados del modelo: que es generar confianza con una gerencia responsable y perfeccionar la aceptación al implementar buenas prácticas de responsabilidad social en la empresa, el entorno y las nuevas condiciones del territorio, en donde ha localizado y desarrollado las actividades económicas industriales.

Partiendo de ello, hoy en día se detecta una tendencia hacia un modelo de empresa que, de acuerdo con el Código de buen gobierno de la empresa sostenible, la empresa se caracteriza porque "crea valor económico, medio ambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esta forma al aumento del bienestar de las generaciones presentes y futuras, en su entorno inmediato al localizarlo en una zona franca".

Las empresas que tienen un comportamiento socialmente responsable diseñan sus estrategias y establecen procedimientos internos de gestión teniendo en cuenta la dimensión económica, la social y la medioambiental de sus acciones. Es decir, la RS engloba todas las decisiones empresariales que son adoptadas por razones que a primera vista se encuentran más allá de los intereses económicos y técnicos de la empresa. Muchos empresarios han descubierto en la Responsabilidad Social un mecanismo que fortalece la gestión empresarial y posibilita el éxito y la perdurabilidad de las empresas en el mediano y largo plazo, motivo por el cual han implementado estrategias de Responsabilidad Social en su gestión a nivel interno y externo.

En la gestión interna, se pueden diferenciar acciones como el fortalecimiento de valores corporativos, la configuración de ambientes laborales dignos y justos para los colaboradores con líderes que encuentren sentido a su gestión, a partir de resultados tangibles, actitudes y aptitudes que permitan fortalecer la calidad de vida tanto de sus trabajadores como de su entorno.

La valoración del desempeño laboral, la contribución al desarrollo del trabajador y sus familias mediante beneficios que favorecen a su proyección, entre otros, contribuyen al éxito de una empresa. Así mismo, en la gestión externa, se han identificado acciones y decisiones en cuanto al manejo racional de los recursos naturales y la minimización del impacto ambiental, de igual forma, en el establecimiento de alianzas con otras empresas del sector para el beneficio de la comunidad, en la proporción de fondos para la inversión social y el desarrollo de medios de comunicación efectivos.

Podría argumentarse que si la empresa es en sí un medio, luego tendrá un fin acomodado a su razón de medio, siendo tres los medios generales en los que a la empresa se estructura esta visión de la Responsabilidad Social Empresarial (RS) se percibe actualmente como una necesidad de fortalecimiento social a partir de una gerencia de resultados que busca⁶ :

La sostenibilidad económica, entendida como la capacidad de crecer y desarrollar una actividad económica de manera rentable, y a largo plazo”. (Tyler Myller, 2007).

Esto nos lleva a pensar que se debe estructurar una empresa con todos los aspectos económicos teniendo clara la visión de la realidad de un país o la expectativa.

La sostenibilidad ambiental, referente a la protección efectiva del ambiente físico, a partir del cual se generan los recursos que le

⁶ John Karakatsianis Bejarano. Gerente RSE – ANDI. Conferencia UEAN. Seminario de Responsabilidad Social Empresarial. 2008.

permiten a dicha empresa ser sostenible económicamente, crear materias primas para la elaboración y producción de sus bienes o servicios”⁷, lo que evidencia el interés por parte de la empresa para generar prácticas amigables con el medio ambiente.

La sostenibilidad social, encaminada y dirigida a devolver a la sociedad todo aquello que le ha permitido lograr precisamente su crecimiento.

“En los últimos años ha aumentado el interés por la dimensión social de las actividades empresariales, tanto en el ámbito académico como en la práctica de la dirección de empresas. La responsabilidad social corporativa (RSC) o *corporate social responsibility* vuelve a estar de moda y aparece cada vez con más frecuencia en la prensa económica, en las revistas académicas de Management y en los informes corporativos de las principales empresas.

Estos propósitos se integran cuando los principios y los procesos están guiados, y las personas contribuyen colectivamente una intención.

Lista de los temas que cubre

- Zona franca.
- Implementación y localización de empresas responsables.
- El valor de la reputación y el consumo responsable.
- Gerencias RSE y programas gremiales.
- Construyendo confianza.
- Desarrollo sostenible.
- Buenas prácticas, ventaja a las empresas que aplican el modelo RSE.
- *Stakeholders*.
- Sostenibilidad.

⁷ 2008 Banco internacional de reconstrucción y fomento/Banco mundial.

Un argumento responsable

Responsabilidad social

En cada decisión y acción que se tome está inmerso el comportamiento ético y responsable, la Responsabilidad Social es de gran trascendencia para todo individuo y se extiende al ámbito empresarial, se habla hoy que el talento humano es el mayor activo de las organizaciones y su presencia en éstas requiere de especial atención, por lo tanto, si somos conscientes que este activo no es un medio sino un fin para el logro de objetivos empresariales, estamos trabajando en el actuar ético como estrategia de desarrollo y competitividad empresarial. “Sin embargo, no deja de existir empresarios que consideran que la empresa es únicamente productiva por la gestión financiera, aunque ésta es importante, no se debe desconocer que el discurso ético en las empresas permite fortalecer la cultura organizacional así como adoptar nuevos paradigmas hacia una empresa responsable y sostenible”. (Lozano, 2009).

Cuestión de teoría

Cinco fundamentos de la empresa responsable y sostenible:

- **Bien común y bien propio;** el comportamiento de la mayoría de las empresas se ha centrado exclusivamente en el bien propio como única vía para prosperar y perdurar en el tiempo. Actualmente se necesita reivindicar la búsqueda del “bien común” como valor necesario para que las empresas puedan contribuir a la mejora de la situación económica, social y medioambiental. Al interiorizar este valor las empresas y sus integrantes podrán percibir y compartir sus venturas y desventuras para corregir el rumbo de su actuación en la dirección más apropiada.

- **Colaboración y Competitividad;** los retos económicos, sociales y medioambientales que tiene que afrontar la humanidad en su conjunto, hace que la colaboración de la empresa con sus grupos de interés sea no solo importante sino imprescindible. Nadie tiene todas las respuestas ni posee todas las capacidades necesarias para hacer frente con éxito a dichos retos. Por ello, la competitividad debería dar paso a un mayor énfasis en la necesidad de colaborar, de intercambiar ideas, de crear formas cooperativas con un nuevo conocimiento y nuevas soluciones.
- **Emocional y racional;** parece que la idea de que lo racional y emocional son términos contrapuestos en lugar de complementarios, por ello, sin olvidar la importancia de la racionalidad, las empresas han de hacer hincapié en lo emocional. Estas tienen que ver con las relaciones humanas y, en el desarrollo de capacidades, son tan importantes para las empresas y sus integrantes, como la creatividad, el compromiso, el entusiasmo, etc..
- **Confianza y control;** la mayoría de las empresas considera el control un aspecto clave de su gestión. Sin duda es necesario, el problema es que, en la práctica se manifiesta un control excesivo sobre el comportamiento de las personas, lo que impide la plena confianza sobre ellas. Las empresas deben promover la confianza entre sus integrantes y grupos de interés, la confianza se construye y el excesivo control es una barrera que imposibilita el desarrollo de la confianza entre las personas.
- **Aprendizaje y eficiencia;** el requisito de que las empresas gestionen adecuadamente la necesidad de ser eficientes, para tener éxito en el presente y al mismo tiempo invertir en aprender para desarrollar nuevas capacidades que le permitan vislumbrar de forma optimista el futuro.

Estos planteamientos los dan Olcese, Rodríguez; Alfaro (2008)

Coherencia e imagen; tanto para las organizaciones y para las personas la imagen es muy importante, la cuestión es entender que el

valor imagen es de carácter extrínseco, mientras que el valor coherencia es primordialmente intrínseco. La imagen tiene que ver más con lo que viene de afuera (el qué dirán), que con lo que surge en nuestro interior (lo que somos y creemos). Por lo tanto, la coherencia con nuestros valores y principios ha de estar presente en las relaciones de las empresas y sus integrantes con otras personas y organizaciones en sus decisiones y en actuaciones.

Diálogo y comunicación; las empresas deben comunicar de forma transparente qué está haciendo y qué pretende hacer, qué resultados está obteniendo y cuáles aspira a alcanzar. Dicha comunicación ha de ser externa como interna, esta debe ser parte de un proceso de diálogo abierto, honesto y fluido entre la empresa y sus diferentes grupos de interés.

Diversidad y uniformidad; las empresas necesitan que sus integrantes compartan valores y criterios comunes y actúen de una manera coordinada y coherente es decir, han de promover la uniformidad, pero también han de cultivar la diversidad para que todos a una caminen en la dirección más oportuna en cada momento.

De acuerdo con lo anterior; vemos la importancia que tienen los comportamientos éticos dentro de una organización, dado que facilita su dinámica a partir de un trabajo colectivo en busca de la internalización de valores y normas en cada uno de los integrantes de la empresa como en sus stakeholders. Una táctica para interiorizar valores y normas son los códigos éticos empresariales, los cuales son documentos que contienen los criterios que orientan la gestión y la toma de decisiones de cada uno de sus miembros. Por lo tanto, es importante conocer la estrategia corporativa de la empresa y sus políticas de forma clara, para funcionar y contribuir al cumplimiento de dicha estrategia. Esto incluye los valores de la cultura organizacional, mecanismos de autorregulación, control y sanciones, como también las pautas para reconocer y abordar los dilemas éticos que se pueden presentar así como generar una imagen social que construya confianza y un compromiso ético para desarrollar Responsabilidad Social.

Por consiguiente, los gerentes deben concientizarse de que su empresa necesita proceder de una forma social y medioambiental consecuente y que sus colaboradores deseen estar en una empresa de la que puedan estar orgullosos y que valore su contribución. En realidad, muchos empresarios no se ocupan de este tema pero saben de forma inconsciente que actuar correctamente, satisfacer a los clientes, motivar a los trabajadores, preocuparse por los distribuidores, ser un buen miembro de la comunidad y proteger el medio ambiente, influye en el aspecto económico. Así que para seguir siendo competitivas las empresas deben adaptarse a estas nuevas demandas del mercado y de la sociedad en la que actúan. El carácter de una empresa pequeña, mediana o grande invita a ser más flexible y personal, permite que pueda responder con mayor rapidez a estos cambios y advertir antes las oportunidades que ofrece el mercado.

“Ricuras S.A.” Una iniciativa de la RSE

1.

Introducción

El siguiente análisis empresarial, aborda a la empresa RICURAS S.A., como un ejemplo de liderazgo y responsabilidad social, lo que la ha llevado a establecerse como una de las primeras a nivel nacional en el mercado de los comestibles, es una empresa en la cual muchos jóvenes en el país “A”, son tentados por una excelente propuesta laboral la cual lleva a cada una de las personas que ingresen una nueva forma de responsabilidad y crecimiento personal, en un ambiente familiar lleno de logros, metas y desafíos.

RICURAS es una empresa que con el tiempo y su experiencia ha inculcado en sus empleados el trabajo en equipo y un sinnúmero de valores responsables con el medio ambiente, con la economía y con los actores sociales.

2.

Objetivos

El objetivo principal del proyecto, es dar a conocer a las personas una empresa netamente construida en “La zona franca” en un territorio que goza de beneficios como el no pago de derechos de importación de mercancías o el no cobro de algunos impuestos. Los gobiernos crean estas zonas francas para atraer capitales y promover el desarrollo económico de la región. Estas zonas tienen como objetivo la creación de empleo y la captación de inversiones de capital. Esta zona franca se denomina permanente ya que varias empresas se pueden instalar y desarrollar allí sus actividades industriales.” (Céspedes R.).

Sin referencia alguna, y con todos los elementos de la idiosincrasia de un país en vía de desarrollo, esta empresa se preocupa por el Desarrollo de la Comunidad, la Educación y la Cultura Ciudadana además identificar la forma en que la empresa contribuye en la responsabilidad social y ambiental, analizar en qué forma afecta la situación de cada habitante del “País A”, a la empresa, observar el impacto económico que representa la empresa en el momento de contribuir a la sociedad y el medio ambiente, observar cómo la empresa inculca valores en sus empleados haciendo que ellos los transmitan al público mediante el servicio al cliente, identificar qué acciones realiza la empresa para mantener motivado al cliente interno, identificar los criterios de responsabilidad social contemplados en la política pública y la implementación de políticas responsables y ambientales, indicando que la empresa es un generador de riqueza con un liderazgo del emprendimiento con la sociedad, siendo una creación social y cultural, como la economía misma y por tanto no puede concebirse en forma individualista.

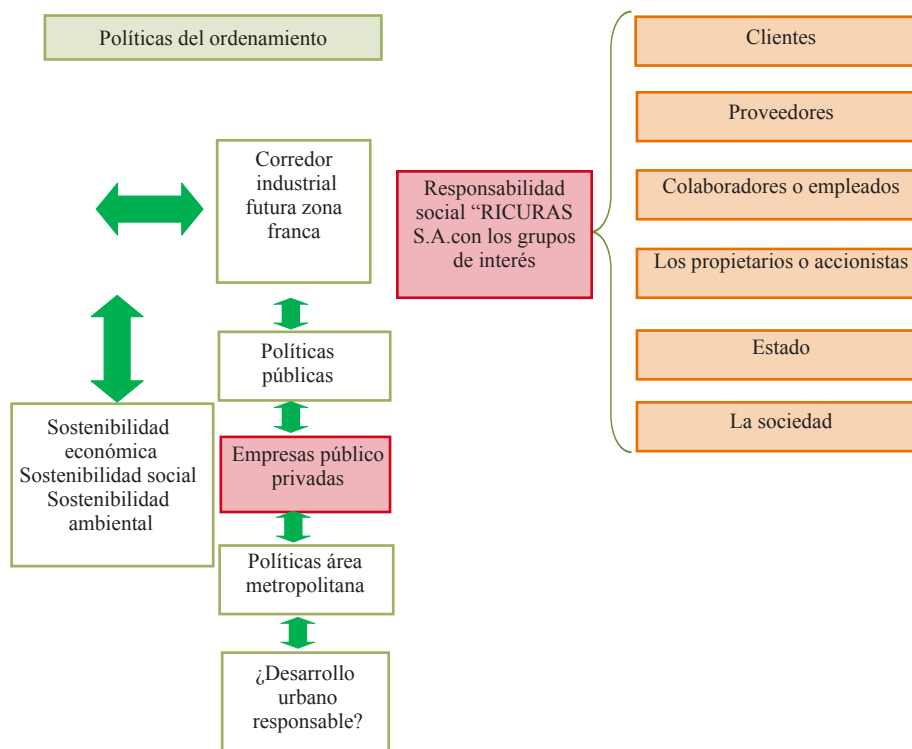
Ricuras S.A, es una Compañía Global enfocada a cautivar al consumidor con alimentos deliciosos, fundamentada en el bienestar y compromiso de su Capital Humano, en el desarrollo de marcas líderes y productos innovadores de alto valor percibido, dirigidos a los consumidores a través de una comercialización eficaz.

3.

Algo de historia, RICURAS S.A.

Don Ricardo Jorge, un visionario hombre de una pequeña unidad territorial, en un país en vía de desarrollo, empezó a trabajar la caña para la producción de productos al exprimir el jugo en un trapiche que era accionado por el movimiento que lo bueyes realizaban. Ricardo Jorge, trabajó incansablemente junto con sus colaboradores hasta convertir su pequeño predio en uno de los terrenos de mayor productividad con el manejo de la caña más importante del país “A”: lo llamó RICURAS S.A. el cual fue fundado a principios del siglo pasado.

Se baso en la siguiente estructura:



Veinte años después de su fundación, experimentó una técnica de mezcla del producto interno bruto de la empresa con una variedad de frutos de la región; don Ricardo Jorge, se dio cuenta de que podía transformar el sabor de estas tierras fértiles en delicias a gran escala, y podría evitar el uso de sabores artificiales que no eran tan reconocidos por la cultura de los habitantes.

Diez años después, se implementaron nuevos productos y se adquirieron modernos equipos que permitían producir toda clase de alimentos con sabores a frutas tropicales que lograron conquistar a generaciones de consumidores, así, dulcemente, se dio origen a RICURAS S.A., una empresa que aprovechó la riqueza natural y agrícola de una unidad territorial existente en un país nuevo en el

tema industrial aprovechando sus cálidas temperaturas, la calidad y la fertilidad de sus suelos, para convertirse en una de las más grandes productoras de alimentos de “el nuevo continente”.

4.

Evolución de RICURAS S.A.

Cuarenta y seis años después de fundar la empresa, doñas Laura Catalina, hija de don Ricardo Jorge, asumió la gerencia de RICURAS S.A.. Su claridad y sus pensamientos alineados con una filosofía de desarrollo industrial y productividad económica y social, fueron las bases para capitalizar y desarrollar a RICURAS S.A., una iniciativa brillante que le dio nuevas y exitosas estrategias que llevaron a la empresa a evolucionar rápidamente creciendo en el mercado nacional e internacional.

4.1

Incorporación de técnicas orientales

Sesenta años después, se incorporó una técnica del antiguo continente con las que se comenzaron a fabricar repostería y sus rellenos con sabores naturales, de frutos propios de la región reemplazando las esencias artificiales. La nueva ampliación permitió aumentar la producción a 15.000 libras diarias.

4.1.1 RICURAS S.A., Negocia con el norte del continente

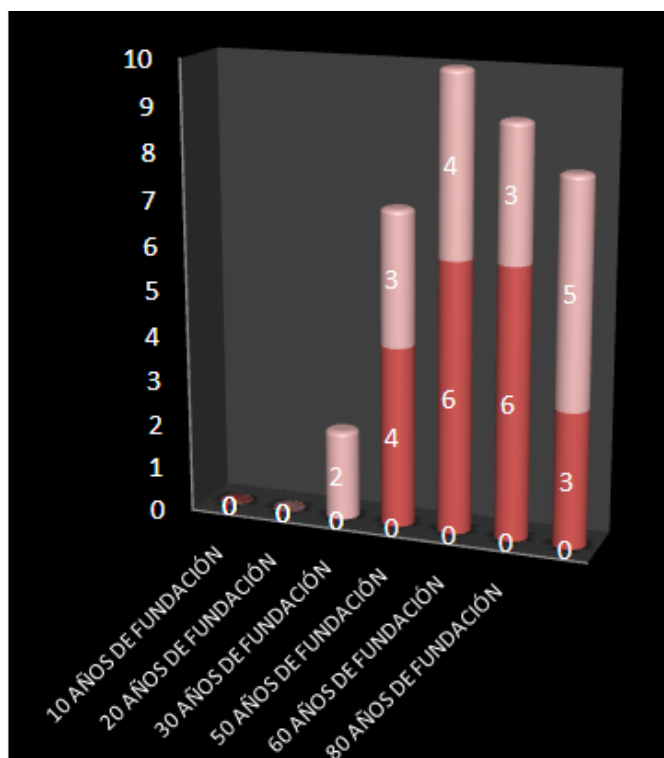
RICURAS S.A., emprendió sus exportaciones al norte del continente cinco años después de haber incorporado la técnica. Esto la llevó a convertirse en la primera fábrica del “nuevo continente” que llegó a competir en Europa en el mercado de alimentos más grande del mundo.

4.1.2 La consolidación de RICURAS S.A.

Para los tres años siguientes, se construyó una nueva fábrica en el corregimiento El Refugio de Laurita, con el fin de atender la creciente demanda internacional.

Sólo se necesitó tres años más para que RICURAS S.A., fuera dotada con modernos equipos para producir bizcochos, repollas y Donas rellenas de fruta, producía 25 millones de libras anuales. Ese mismo año, la fábrica lanzó un producto que revolucionaría el mercado de los alimentos en el país “A” y triplicaría las ventas de la Empresa en tan sólo un año.

El nuevo producto bautizado como “TRIPITRAP”, causó un gran impacto entre los consumidores. Con su novedoso sabor a “Durazno” y el suave chicle en su interior. “EL TRIPITRAP”, rápidamente se convirtió en el producto estrella de RICURAS S.A. y en el favorito entre consumidores de todas las edades.



4.1.4 RICURAS S.A. Crece

El país “A” logró ocupar el segundo lugar como proveedor de alimentos a los del norte del continente, después del antiguo continente. Diez años después la empresa se expandió, prosperaron contratos internacionales y se lograron importantes asociaciones con empresas como “choco-late” famosa línea de chocolates rellenos; SAYONARA, empresa japonesa de productos alimenticios; y General “Douglas”, dedicada a la producción y exportación de refrescos.

4.1.4 Grandes inversiones de RICURAS S.A.

Una vez convertida en complejo industrial, líder en El Nuevo Continente, RICURAS S.A. realizó grandes inversiones, hizo nuevas alianzas e inauguró nuevas plantas. Fue así como cien años después entró en funcionamiento TODO RICURAS S.A., una planta alimenticia en el centro del continente, que se constituyó en asocio con el grupo CAMICASE & DULCINEA. A través de ella, se impulsa la fabricación y distribución de línea de alimentos, llegando a todo el centro del continente y el Caribe.

Posteriormente, se inauguró la fábrica de “COOKIES AND CAKE” RICURAS S.A. y se puso en marcha una nueva unidad con la última tecnología para la producción de conservas LA GORDITA, en la zona franca del área metropolitana del país “A”.

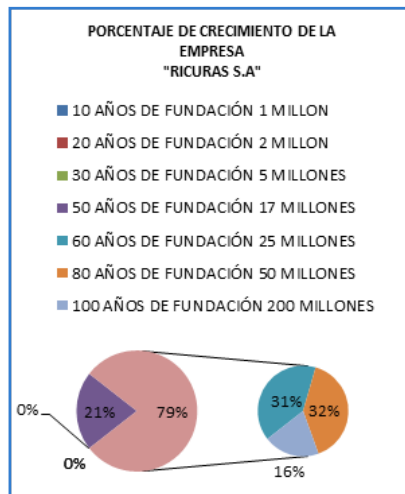
Su crecimiento se ha dado de forma orgánica, a través de adquisiciones exitosas entre las cuales se destacan, “LALA” y la recién adquirida “DIDI”, nacionalmente reconocida por sus exquisitos helados.

Este crecimiento le ha permitido a RICURAS S.A., ir más allá y consolidarse como empresa de varios alimentos.

4.1.5 Comercialización y distribución de productos

En la actualidad RICURAS S.A., vende y comercializa una exitosa gama de productos propios, ya que cuenta con una amplia red de distribución, la cual cubre todo el territorio. También funciona como

distribuidora exclusiva de los productos de enlatados de pescado
“VAN PIRO” y productos de **Café buena tarde**.



4.2 Portafolio de productos

El portafolio de RICURAS S.A. abarca una amplia gama de productos alimenticios como:

Barquillos
Entradas
Bombones
Productos masticables
Cacao en leche
hojaldres
Chupa Chupa
Cremas de helado,
Salsas y productos de relleno de pan



4.3 Y... Llegamos al reconocimiento internacional

Desde hace 35 años “RICURAS S.A.”, ha participado como exhibidor en diversas ferias de confitería realizadas en el norte del continente, antiguo continente y en el centro del continente, lo que ha contribuido a que sus productos tengan una comercialización muy importante.

4.4 Misión de RICURAS S.A.

Ricuras S.A. es una empresa nacional dirigida a cautivar al consumidor con alimentos nutritivos, fundamentada en el bienestar y compromiso de su gente, en el desarrollo de marcas líderes y alimentos nuevos de alto valor energético, dirigidos a los consumidores a través de una efectiva comercialización.

4.5 Visión de RICURAS S.A.

Convertir al país “A”, en un ejemplo nivel mundial en la fabricación y distribución de alimentos del país, sin olvidar los valores de su equipo humano.

4.6 Objetivos estratégicos de RICURAS S.A.

- Crecimiento financiero
- Cautivar al consumidor
- Satisfacer las expectativas de servicio de los clientes
- Ser una empresa de alta efectividad en la administración de recursos

- Desarrollar y fortalecer nuestra cultura empresarial
- Implementar políticas responsables en los grupos de interés.

4.7 Valores corporativos

- Trabajo en equipo
- Compromiso
- Orientados al Consumidor
- Respeto
- Creatividad e Innovación

5.

Políticas de responsabilidad social de RICURAS S.A.

5.1 Compromiso con la comunidad

Conscientes de la responsabilidad social que tienen hoy en día las compañías en los países, en donde el panorama social refleja desigualdades, desde hace 6 años la Fundación RICURAS S.A, se ha dedicado a orientar sus programas al bienestar y desarrollo de las comunidades donde la Compañía realiza sus negocios.

Para llevar a cabo esta labor, creó la Fundación RICURAS S.A, la cual concentra sus líneas de acción en la educación de los hijos de sus colaboradores, en la recuperación y sostenimiento de las zonas verdes circundantes y en la implementación de programas que beneficien directamente a las comunidades que habitan en el entorno de la empresa, como en las zonas francas donde se localizan las distribuidoras.

La meta de la Fundación está enmarcada en un modelo de desarrollo sostenible, por eso ha extendido su radio de acción y conocimiento a otras entidades con fines similares, de tal manera, que puedan replicar programas de contenido social, ambiental y económico, en beneficio de sus comunidades respectivas.

La empresa intenta promover inicialmente el sentido de responsabilidad y compromiso por parte de los empleados, que en su mayoría son

estudiantes, y de un tipo de personalidad independiente y emprendedora que valore cada momento el trabajo con RICURAS S.A, así, durante el transcurso los últimos tres años la Fundación RICURAS S.A trabajó en los siguientes proyectos:

- Brindarles oportunidades a sus colaboradores tomando en cuenta sus capacidades y rendimientos en sus tareas.
- Fomentar siempre su creatividad apoyándolos con estudio y capacitación diversificando su conocimiento.
- Ofrecerles tareas bien definidas con un nivel de tratamiento adecuado.
- Evaluarles de forma objetiva su rendimiento.
- Ofrecerles trato equitativo.
- Permitirles crecer personalmente a través de su trabajo, para así responder de forma flexible y eficaz ante los cambios.
- Ofrecerles una participación en los beneficios de la empresa.
- Controlarles sus actividades en la organización, más no las personales o “en sociedad”.

Jornada de Operación “Labio”: Ricuras S.A., también creó La Fundación **Operación “labio”** es una entidad que en los últimos 30 años en el país “A”, contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de personas con malformaciones craneofaciales, en especial niños con labio fisurado y paladar hendido.

En el mes de julio, con el patrocinio de la Fundación RICURAS S.A, **Operación “labio”** realizó una jornada en los municipios cercanos a las instalaciones de RICURAS S.A, a la que asistieron 199 personas provenientes de diferentes poblaciones de unidades territoriales cercanas.

Durante la actividad realizada en el refugio de Laurita se intervinieron quirúrgicamente 60 niños en su mayoría, en edades entre 4 y 15 años. De igual manera, se ofrecieron talleres y acompañamiento psicosocial a sus familiares, ya que es muy frecuente que se presenten problemas de estima y aceptación.

Construcción de sede del Centro **DULCE SABOR**, apoyado entre dos países y en asocio con la Corporación Empresarial del Oriente del país, la Fundación RICURAS S.A, cofinanció la construcción de una sede del Centro DULCE SABOR en un municipio lejano del apoyo gubernamental.

El proyecto es ejecutado por el sector privado regional y el propósito será impartir cursos de capacitación para 3.000 aprendices de ese municipio y otras poblaciones circunvecinas en mantenimiento industrial, electricidad, electrónica, mecánica industrial y otras especialidades.

Fundación "RICURAS S.A",

líneas de acción



modelo de desarrollo sostenible



Brindarles oportunidades a sus colaboradores tomando en cuenta sus capacidades y rendimientos en sus tareas.
Fomentar siempre su creatividad apoyándolos con estudio y capacitación diversificando su conocimiento.

Ofrecerles tareas bien definidas con un nivel de tratamiento adecuado.

Evaluarles de forma objetiva su rendimiento.

Ofrecerles trato equitativo.

Permitirles crecer personalmente a través de su trabajo, para así responder de forma flexible y eficaz ante los cambios.

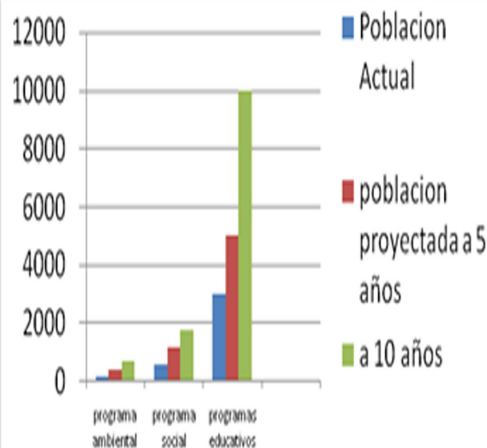
Ofrecerles una participación en los beneficios de la empresa.

Controlarles sus actividades en la organización, más no las personales o "en sociedad".

Jornada de Operación "Labio": Ricuras S.A, también creó La Fundación Operación "labio" es una entidad que en los últimos 30 años en el país "A", contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de personas con malformaciones craneofaciales, en especial niños con labio fisurado y paladar hendido.

POLÍTICAS SOCIALES, AMBIENTALES

Los hijos de sus colaboradores, en la recuperación y sostenimiento de las zonas verdes circundantes y en la implementación de programas que beneficien directamente a las comunidades que habitan en el entorno de la empresa, como en las zonas francas donde se localizan las distribuidoras



5.2 Compromiso con la educación

Ofrece becas a los empelados para que cursen estudios de mercadeo y publicidad, ciencias políticas, ingeniería industrial, arquitectura, medicina, administración, diseño grafico, comunicación social, La Fundación contribuye con el 50% del valor de la matrícula semestral a ocho colaboradores de la empresas que están cursando carreras tecnológicas en Gestión Empresarial, Logística e Informática en el Centro Regional de Educación Superior que funciona en La empresa.

Brinda a los hijos de los trabajadores de las plantas, hogares infantiles ofreciendo una nutrición adecuada, espacios para una recreación sana y una estimulación temprana que permitan su óptimo desarrollo y crecimiento.

Sostenimiento de hogares comunitarios en convenios con el ICBF

Escuela de padres: se busca el espacio para favorecer el intercambio comunicativo y afectivo entre padres, madres y cuidadores de los hijos con talleres, encuentros y orientación psicológica individual y familiar.

5.3 Compromiso con la cultura ciudadana

Ofrece escuelas de danza y música que contribuyan a desarrollar las capacidades artísticas de los niños y jóvenes, brindándoles la oportunidad de aprender guitarra, flauta dulce y organeta.

Cuenta con escuelas artísticas tiene como fin descubrir y afianzar el talento musical de los hijos de los colaboradores, mediante el fortalecimiento de sus habilidades en instrumentos de percusión, como tambora, maracas y bombo; Instrumentos de cuerda, como violín, guitarra, tiple y bajo; y flauta traversa y Gramática Musical.

Curso “Artes y Oficios”: enseñan a personas de otras comunidades un arte u oficio que les genere un ingreso más en sus hogares.

Parque “RICURAS S.A”, después de la recuperación que la Fundación realizó de este espacio público, se llevan a cabo de forma permanente, labores de limpieza, poda de árboles, fertilización de todas las zonas verdes, control de plagas y siembra de nuevas plantas ornamentales. Aproximadamente 20.000 personas disfrutan de este espacio verde todos los meses en el occidente de la ciudad y se ha convertido en un ícono, un modelo de gestión cívica y sirve de escenario natural para la grabación de programas de la televisión.

Juegos Infantiles: la fundación tiene como prioridad la atención y el bienestar de la niñez y bajo eso principios, atendió una sentida necesidad para la sana recreación y el esparcimiento de la comunidad. Por ello, se donaron los Juegos Infantiles para cuatro parques ubicados en sectores residenciales.

A fines de diciembre se inauguró el nuevo parque infantil, en una comunidad cercana a la Planta y en la que residen un importante número de familias de colaboradores de RICURAS SA.

Cancha de fútbol: con el fin de brindar recreación a la comunidad, adecuamos la cancha de fútbol, a través de la construcción de las graderías, camerinos, sanitarios y canchas múltiples de voleibol, microfútbol y basquetbol.

La fundación RICURAS S.A., mantiene su dinámica de crecimiento. La implementación de diversos programas sociales está dentro de su plan de desarrollo, en donde se hará énfasis en la educación, protección del medio ambiente y programas de cultura ciudadana en sus áreas de influencia.

5.4 Compromiso con los clientes

Aumentar el nivel de vida, así como garantizar la satisfacción con los productos y servicios ofrecidos. Por esto RICURAS S.A, pone a su

disposición una amplia tecnología y calidad destinadas a satisfacer las necesidades.

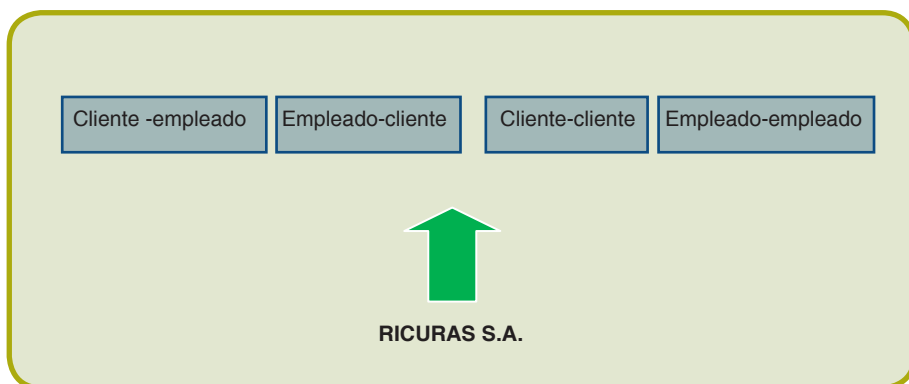
5.5 Con la sociedad en conjunto

La empresa “RICURAS S.A”, debe cumplir sus funciones según las normas y leyes aplicables en el País. Así mismo, establece que nunca deberá contradecir dichas legislaciones con conocimiento de causa. En cualquier caso, debe respetarse en todo momento la calidad de vida y las normas de seguridad nacionales.

5.6 Con respecto a la gestión operativa (integralidad organizacional)

Se deben evitar conflictos de cualquier tipo, derivado de intereses financieros personales o de su respectiva posición en RICURAS S.A, así mismo, evitar todo tipo de situación que pueda condicionar su capacidad de toma de decisiones laborales de forma objetiva. En caso de que se produjera un potencial conflicto de intereses, el empleado deberá informar lo antes posible a su superior inmediato.

ESQUEMA, CONDICIONES LABORALES Y AL CLIENTE



RICURAS S.A, se orienta a la protección de la seguridad y bienestar tanto de sus empleados como de todas las personas que directa o indirectamente interesen a esta, cumpliendo las regulaciones que el estado del “país A”, ha propuesto.

Siempre se adoptará en RICURAS S.A, medidas para proteger a las personas que se desenvuelven en el entorno de trabajo para que se sientan a gusto y siempre brinden un servicio excelente con respecto a los competidores.

Por lo tanto, al cliente en RICURAS S.A, siempre se le brindará la mayor comodidad posible mediante las instalaciones y personal de suprema colectividad e interés por servir, logrando mejor imagen empresarial y calidad organizacional

5.7 Integridad política

La principal norma de RICURAS S.A, es no contribuir ni favorecer a ningún tipo de partido político, organización afiliada a algún partido o representantes de dichas organizaciones o partidos, tanto directa como indirectamente.

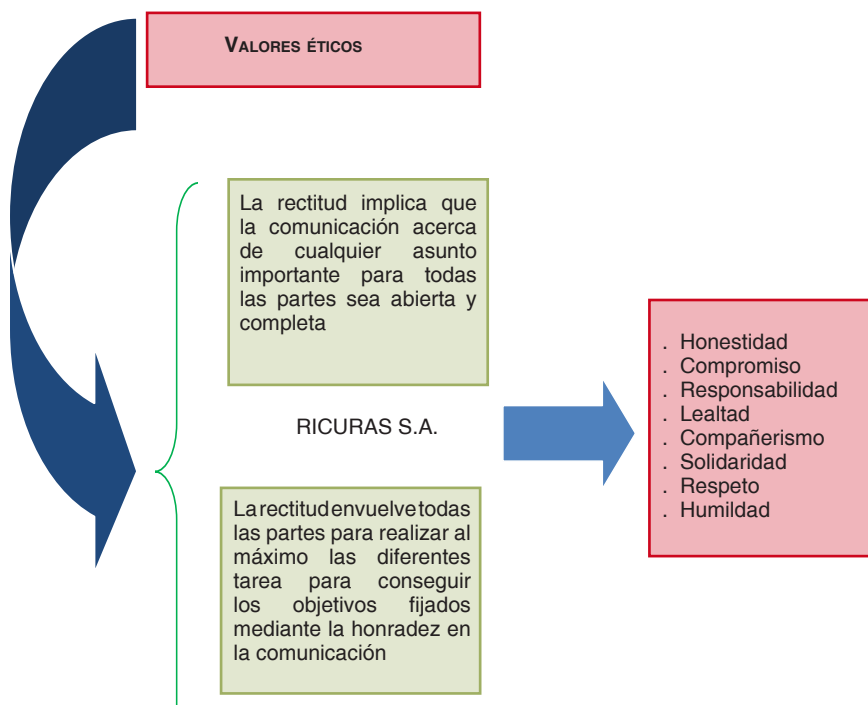
5.8 Con respecto a los intereses organizacionales

RICURAS S.A., no pretende ejercer ningún tipo de control sobre los clientes, sino más bien conseguir una relación con la industria del entretenimiento constructiva y mutuamente provechosa.

5.9 Con respecto a la comunicación

RICURAS S.A., tiene sedes principales en ciudades del país, centros comerciales y en diferentes puntos cardinales.

Los principios de comunicación entre todas las partes de RICURAS S.A., se basan en la rectitud y el acatamiento.



5.10 Valores éticos de RICURAS S.A.

El código ético en RICURAS S.A., se ve reflejado en diez factores:

- Honestidad.
- Compromiso.
- Responsabilidad.
- Lealtad.
- Compañerismo.
- Solidaridad.

- Respeto.
- Humildad.
- Sinceridad.
- Trabajo responsable.

5.

Análisis grupal

Definitivamente el impacto ambiental toma un mayor valor para una compañía que no daña el medio ambiente directamente y aplica las políticas de responsabilidad social ambientales destinadas a la conservación de un ambiente saludable para toda la población. Cada una de las campañas emprendidas por la empresa, están ligadas dentro de lo que le compete al mejoramiento de las condiciones de la población más cercana.

La empresa descubrió y entendió que se puede generar algo de rentabilidad partiendo de las buenas prácticas para conseguirla. Estas buenas prácticas tienen que ver con la importancia que toma para la empresa de generar valor para la marca RICURAS S.A. a la vez que se estimula el buen nombre de la misma en campañas que van desde lo ambiental hasta lo social.

La siguiente actividad relacionada con Responsabilidad Social Empresarial está ligada con el valor significativo que tiene para la sociedad que una cantidad significativa de niños de escasos recursos puedan acudir a los espacios públicos recreativos. La contribución de la empresa RICURAS S.A. , a la niñez es de vital importancia para la empresa ya que esta actividad no genera un impacto económico significativo pero sí causa un incentivo al valor sentimental de los clientes hacia la marca. Esta actividad es esperada cada año por cientos de niños que se ven beneficiados.

MATRIZ DE RSE

DESCRIPCIÓN RSE	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	IMPACTO ECONÓMICO	INDICADORES DE GESTIÓN RSE
Disminución de impacto ambiental Actividades recreativas y de apoyo a los niños malformaciones craneofaciales, en especial niños con labio fisurado y paladar hendido Y niños de escasos recursos, pertenecientes a diferentes fundaciones sociales para que vivan de manera gratuita las actividades recreo deportivas.	Aplicación de medidas de supervisión y control donde se estimula el manejo adecuado de material que puede ser clasificado o y reutilizado. Cada miembro del equipo de trabajo adquiere el compromiso de manejar los residuos de la mejora manera y estimular así también al cliente externo, para que se una en la campaña. Se realiza con el apoyo de diversas entidades que se han vinculado a esta iniciativa de responsabilidad social (Caja de Compensación Familiar)	Ser consecuentes con las políticas de la empresa y formar un modelo de disminución de daños causados al medio. Estimular una campaña educativa para el bien de la sociedad. Crear un sistema que genere desarrollo sostenible el cual se ve expresado en el impacto económico percibido por la empresa. Ser una empresa modelo en el manejo ambiental desde el sector de las empresas en la zona franca. Brindar a niños muy humildes un espacio de diversión.	Precio por árbol sembrado \$500. Recuperación ecosistemas 10 metros cuadrados por semana. 20 árboles los fines de semana y festivos. Resultados \$150.000 semanales lo cual se traduce en \$500.00 mensuales Incrementa la competitividad y sostenibilidad de la empresa. La empresa obtiene reconocimiento y diferenciación positiva en el mercado por adoptar prácticas de RSE.	Inversión indirecta en sostenibilidad del medio ambiente Reciclaje Inversión Social: Monto de inversión en proyectos económicos sociales (inversión en proyectos económicos sociales / presupuesto)

6.

Conclusiones

RICURAS S.A, además de ser una empresa que se conoce por ser líder en el negocio de productos con base en la caña, también es una empresa con una alta iniciativa en contenido social.

La intención de RICURAS S.A, es hacer presencia, trabajar por la ciudad y por la zona franca espacio que el ordenamiento territorial le permitió y formar parte de ese balance social en el cual la empresa privada tiene que estar muy vinculada y participar de manera decidida.

Para RICURAS S.A y para otras compañías, la gestión de la responsabilidad social dentro de las organizaciones constituye un nuevo elemento de competitividad, con el que se pueden atraer un gran número de clientes puesto que éstos ya valoran, además del precio, y calidad, otros factores a la hora de seleccionar el servicio que adquieren.

Es deber de las organizaciones generar confianza dentro de la comunidad donde operan y establecer propósitos que sirvan al bien común.

La sociedad debe generar las estrategias para prevenir y minimizar los impactos y riesgos a los seres humanos y al ambiente, garantizando la protección ambiental de la localidad en la que se encuentra ubicada mediante la optimización en el uso de los recursos naturales, materias primas y energía, prevenir y minimizar la contaminación, los residuos y los impactos ambientales, adoptar tecnologías limpias y prácticas de mejoramiento continuo, apoyándose en estructuras como promoción de la producción más limpia y promoción de la autogestión y autorregulación ambiental empresarial.

Y..... se abre la discusión

- ¿Cree usted que las empresas de fabricación de alimentos deben establecer en su estructura evidenciando alternativas de RSE?
- ¿Cree que los establecimientos que manipula, producen y comercializan productos alimenticios deben implementar políticas de inclusión a población con discapacidad?
- ¿Es usted partidario de que firmas externas realicen labores de auditoría sobre el cumplimiento de la RES empresarial y no sea una problema interno?
- ¿Qué papel cumple la sociedad y los actores públicos, privados y comunitarios en la implementación de actividades que involucren la RSE en las empresas?
- ¿Cree usted que en nuestro país las grandes empresas nacionales y multinacionales contribuyen al desarrollo adecuado de la responsabilidad social?
- ¿Indique cómo se debería motivar a las empresas que producen alimentos a tener conciencia ambiental?
- ¿Cómo deberían ser la políticas públicas en las zonas francas?
- ¿indique cómo se debería implementar políticas sociales en todas las empresas sin que estas sean filantropía pura?
- ¿Cree usted que una zona franca es un buen espacio para implementar prácticas de responsabilidad social?

Bibliografía

Barroso, F. (2008). La responsabilidad social empresarial: un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Yucatán.

Céspedes R. (2000). Régimen general de Draw-Back de gravámenes aduaneros: Ley 18.708. revista Chilena de derecho Vol. 27. pp 525.548 sección estudios

Guédez, V. (2001) La Ética Gerencial, Editorial Planeta.

Jones, G y George, J: (2006) Administración Contemporánea. México: Mc Graw Hill

Perdigueros, T. (2003) La responsabilidad social de las empresas en un mundo global. Barcelona Anagrama.

<http://www.ecodes.org/documentosecores/Intervencion>

<http://bsasbuenasacciones.blogspot.com/2008/06/ser-socialmente-responsables-tiene-sus.html>

<http://pensardenuevo.org/responsabilidad-social-en-red/>

<http://www.larepublica.com.co/archivos/responsabilidadsocial/2011-02-03/>

<http://www.colombina.com.co>