

1-1-2012

Creación e implementación del área de importaciones para la empresa Asistel Ltda

Ángela Patricia Ruiz Muñoz
Universidad de La Salle, Bogotá

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas

Citación recomendada

Ruiz Muñoz, Á. P. (2012). Creación e implementación del área de importaciones para la empresa Asistel Ltda. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/324

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Administración de Empresas by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

Facultad de ciencias administrativas y contables

Programa de administración de empresas



CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL ÁREA DE IMPORTACIONES PARA
LA EMPRESA ASISTEL LTDA

Bogotá D.C. Colombia

2012

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

Facultad de ciencias administrativas y contables

Programa de administración de empresas



CREACION E IMPLEMENTACION DEL AREA DE IMPORTACIONES PARA
LA EMPRESA ASISTEL LTDA

Elaborado por:

Ángela Patricia Ruiz Muñoz - 11051075

Bogotá D.C. Colombia

2012

NOTA DE ACEPTACION

JURADO

JURADO

Bogotá. Febrero 20 de 2012

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a Dios por permitirme realizar este sueño en mi vida, por darme la fortaleza y sabiduría que hizo posible este triunfo y por cada bendición que me da día a día. A Él debo todo lo que soy y todo lo que tengo.

A mis padres que desde un principio me apoyaron y estuvieron conmigo durante todo el proceso, por su amor, cariño y confianza que siempre depositaron en mí. Por ser un ejemplo en mi vida y por ser los mejores padres del mundo.

Agradezco a mi esposo que fue un apoyo incondicional, por su amor, comprensión, su compañía y sobre todo su paciencia. Gracias por esas largas horas de espera y por siempre creer en mí. Agradezco por la dirección de este trabajo al profesor Luis Manuel Forero por su apoyo y colaboración y los docentes de la universidad por los conocimientos compartidos para mi desarrollo profesional.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	01
1. Título	02
1.1. Línea de investigación	02
1.2. Sublínea de investigación	02
2. Problema de investigación	03
2.1. Planteamiento del problema	03
2.2. Formulación	05
2.3. Sistematización del problema	05
3. Objetivos	06
3.1. Objetivo general	06
3.2. Objetivos específicos	06
4. Justificación	07
5. Marco de referencia	08
5.1. Marco teórico	08
5.1.1. Globalización	08
5.1.2. Comercio internacional	09
5.1.3. Ventajas del comercio internacional	10
5.1.4. Proceso de importación	11
5.1.5. Gestión de compras	11
5.1.6. Relación del área de compras con La empresa	12
5.2. Marco conceptual	12
5.3. Marco legal	16
6. Diseño metodológico	18
6.1. Tipo de estudio	18
6.2. Fuentes primarias	18
6.3. Fuentes secundarias	19
7. Aspectos generales de la empresa	20
7.1. Reseña histórica	20
7.2. Misión	20
7.3. Visión	21
7.4. Política de calidad	21

8. Diagnóstico para determinar la creación del área de importaciones	22
8.1. Tamaño de la muestra	22
8.2. Instrumentos para la recolección de información	24
8.3. Análisis de la información	24
8.4. Conclusiones sobre la investigación	35
8.5. Entrevista	35
9. Propuesta administrativa	37
9.1. Nombre del área	37
9.2. Misión del área	37
9.3. Visión del área	37
9.4. Objetivos del área	37
9.5. Funciones del área	38
9.6. Diagnostico estratégico del área	38
9.6.1. Perfil de capacidades internas PCI	39
9.6.2. Perfil de oportuidades y amenazas del medio (POAM)	42
9.6.3. Matriz DOFA	44
9.7. Estructura del área	46
9.7.1. Perfil del personal	46
9.7.1.1. Jefe de importaciones	47
9.7.1.2. Auxiliar de importaciones	48
9.8. Proceso de compra	49
9.8.1. Solicitud departamento mantenimiento	50
9.8.2. Requisición o requerimiento	50
9.8.3. Cotización de proveedores	51
9.8.4. Orden de compra	51
9.8.5. transferencia bancaria	51
9.8.6. Seguimiento pedido	51
9.8.7. Recepción pedido	51
9.8.8. Verificación del pedido	52
9.9. Proceso de creación de proveedores	52
9.9.1. Evaluación de ofertas	53
9.9.2. Registro	53
9.9.3. Negociación de condiciones	54
9.9.4. Orden de compra	55
9.9.5. Valoración servicios, tiempo y calidad	55
10. Análisis cultural de Estados unidos	56
10.1. Localización	56

10.2.	Capital	57
10.3.	División política	57
10.4.	Tipos de ciudades estadounidenses	58
10.5.	Aeropuertos	58
10.6.	Sistemas de transporte interno	59
	10.6.1. Transporte marítimo	59
10.7.	Estructura política	59
10.8.	Economía	60
	10.8.1. Economía con Colombia	61
	10.8.2. Principales socios de Colombia	66
10.9.	Impuestos	67
10.10.	Idioma	67
10.11.	Clima	67
10.12.	Horarios comerciales	68
10.13.	Festividades	68
10.14.	Religión	68
11.	Delimitación del sector de componentes en Estados Unidos	69
	11.1. Principales proveedores de componentes electrónicos	
	En Estados Unidos	70
12.	Proveedores en Bogotá de componentes electrónicos	
	Especializados	71
13.	Trámite para realizar una importación	72
	13.1. Registro como importador	72
	13.2. Ubicación de la subpartida arancelaria	72
	13.3. Estudio de mercado	72
	13.4. Identificación del producto	72
	13.5. Tramite ante el ministerio de comercio, industria y	
	Turismo	73
	13.6. Procedimiento cambiario de las importaciones	73
	13.7. Otros tramites	73
	13.8. Proceso de nacionalización	73
	13.9. Ubicación arancelaria	74
14.	Requerimientos de la importación	75
	14.1. Empaque	75
	14.2. Embalaje	77
	14.3. Transporte	77
	14.3.1. Cotización Airmar Cargo S.A	78

14.3.2. Cotización VM cargo Serviceltda	79
15. Estudio financiero	81
15.1. Costos e inversión	81
15.1.1. Mano de obra	81
15.1.2. Arriendos	81
15.1.3. Servicios	82
15.1.4. Muebles y enseres	83
15.1.5. Otros	83
16. Conclusiones	84
17. Recomendaciones	85
Bibliografía	86

LISTA DE TABLAS

Tabla No 1. Capacidad directiva	39
Tabla No 2. Capacidad tecnológica	40
Tabla No 3. Capacidad del talento humano	40
Tabla No 4. Capacidad competitiva	41
Tabla No 5. Capacidad financiera	42
Tabla No 6. Capacidad económica	43
Tabla No 7. Capacidad competitiva (POAM)	43
Tabla No 8. Capacidad política	44
Tabla No 9. Matriz DOFA	45
Tabla No 10. Carta de descripción y análisis de cargos, jefe de Importaciones	47
Tabla No 11. Carta de descripción y análisis de cargos, auxiliar de importaciones	48
Tabla No 12. Exportaciones de Estados Unidos a Colombia 2005 -2009	62
Tabla No 13. Balanza comercial de Colombia y Estados Unidos	62
Tabla No 14. Principales productos de exportación de Estados Unidos	63
Tabla No 15. Productos de mayor exportación del estado de Florida a sus Mayores socios comerciales	64
Tabla No 16. Total exportaciones de EE.UU a través del estado de Florida	65
Tabla No 17. Colombia, origen de las importaciones	66
Tabla No 18. Principales proveedores de componentes electrónicos en Estados Unidos	70
Tabla No 19. Proveedores de componentes electrónicos en la ciudad de Bogotá	71
Tabla No 20. Cotización Airmar Cargo S.A.	78
Tabla No 21. Cotización VM Cargo Ltda.	79
Tabla No 22. Costos mano de obra	81
Tabla No 23. Arriendos	82

Tabla No 24. Costos servicios	82
Tabla No 25. Muebles y enseres	83
Tabla No 26. Suministros varios	83

LISTA FIGURAS

Figura No 1. Organigrama AsistelLtda	46
Figura No 2. Proceso de compra	49
Figura No 3. Formato de requisición	50
Figura No 4. Proceso de creación de proveedores	52
Figura No 5. Formato de registro de proveedores	54
Figura No 6. Empaque componentes en bolsas de polietileno	75
Figura No 7. Empaque componentes en cajas plásticas	76
Figura No 8. Empaque componentes en cajas forras con espuma PU	76
Figura No 9. Embalaje componentes	77

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica No 1. Departamento de compras en las empresas	25
Gráfica No 2. Importaciones	26
Gráfica No 3. Países de donde importan	27
Gráfica No 4. Componentes más solicitados	28
Gráfica No 5. Facilidad de adquisición de componentes	29
Gráfica No 6. A donde se dirige el consumidor	30
Gráfica No 7. Frecuencia de compra	31
Gráfica No 8. Empresas de mantenimiento que prestan el servicio de suministro	32
Gráfica No 9. Interés en que Asistel preste el servicio de suministro	33
Gráfica No 10. Evaluación de ofertas	34

LISTA DE ANEXOS

Anexo no 1. Encuesta a empresas.	89
----------------------------------	----

INTRODUCCIÓN

Hace algunos años las empresas eran menos dinámicas y no requerían de grandes cambios para mantenerse en el mercado, hoy en día es necesario que estas empresas sean administradas de una forma adecuada para lograr sobrevivir. Para esto se requiere de una apropiada planeación, organización, dirección y control de todas las actividades que se realizan en la empresa, además de detectar las nuevas oportunidades que brinda el mercado.

Por esta razón las empresas de hoy en día requieren de factores que les permitan ser más competitivos en el ámbito empresarial, es así que se ven obligadas a destinar su tiempo y recursos para obtener un crecimiento constante que les permita mantenerse en el mercado, ampliando su portafolio de servicios mediante el intercambio de bienes y en la búsqueda permanente del mejoramiento en los procesos y la calidad de los servicios y productos.

Es por esto que esta investigación pretende aprovechar la oportunidad que tiene la empresa Asistel Ltda en el suministro de componentes electrónicos para complementar el servicio de reparación y mantenimiento que ofrece la empresa, expandiendo así su mercado y enfocándose no solo en el mantenimiento y reparación de maquinaria industrial sino también en la venta de componentes electrónicos para las industrias de la ciudad de Bogotá.

1. TITULO

CREACION E IMPLEMENTACION DEL AREA DE IMPORTACIONES PARA LA
EMPRESA ASISTEL LTDA

1.1 Línea de investigación

La línea por la que se orienta la investigación es de desarrollo empresarial, para la empresa ASISTEL LTDA.

1.2. Sublínea de investigación

Comercio exterior – importaciones

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1. Planteamiento del problema

Tras la apertura económica que se generó en Colombia a principios de los años noventa, las barreras que se establecían para la comercialización de productos fueron eliminadas permitiendo un mayor acceso de productos de otros países, como también la exportación de bienes y servicios locales dirigidos a nuevos mercados internacionales.

La eliminación de interferencias públicas en los mercados financieros y de capitales, y de las barreras de comercio, pretende promover el mejoramiento del bienestar de la población, una eficiente asignación de recursos y crear una mayor competitividad en los mercados internacionales mediante la producción y exportación de mas productos a menor costo, al igual que la importación de nuevos bienes mediante la regulación de los precios con base en la industria nacional.

Algunos aspectos de la liberación económica y comercial han beneficiado a las empresas importadoras y exportadoras de bienes y servicios, ya que presentan menos barreras u obstáculos para la comercialización de sus productos. Sin embargo algunas de estas se han visto perjudicadas tras la entrada de nuevas industrias y productos extranjeros al mercado colombiano desplazando así a empresas no muy bien consolidadas que no lograron sobrevivir a la competencia.

Como consecuencia las empresas colombianas y sobre todo las pequeñas y medianas empresas han tenido que mejorar o cambiar sus procesos para hacerlos mas efectivos, confiables y eficientes generando una mayor competitividad y así lograr una mayor satisfacción de los clientes.

Por lo tanto las organizaciones deben establecer una adecuada política de calidad, en la que se pueda definir con precisión lo esperado por los empleados así como también de los productos o servicios que ofrecen. Si bien, los empelados de una organización juegan un papel determinante dentro de la empresa; las maquinas o equipos utilizados para la realización de los productos también cumplen una función

importante dentro de la organización los cuales ayudan a la realización de las metas y objetivos establecidos en la planeación estratégica.

Es por esta razón que las organizaciones tienen un especial cuidado en la maquinaria que emplean para la elaboración de sus productos, puesto que les permite agilizar y perfeccionar sus procesos de producción, además de facilitar la optimización de los recursos de la empresa. Ya que el buen funcionamiento de las maquinas depende no solo de la buena manipulación que se tenga, sino que tambien requiere del cambio o sustitución de los repuestos empleados, sea por deterioro o por daño del mismo.

Para el suministro de estos componentes Bogotá cuenta con almacenes que proveen insumos electrónicos al detal y al por mayor a los cuales se dirigen ingenieros en busca de la solución de sus necesidades, pero en algunos casos estas necesidades no son del todo satisfechas ya que los almacenes no cuentan con los repuestos electrónicos especializados para la reparación de maquinaria industrial.

Por esta razón ASISTEL LTDA Fundada en 1993, empresa dedicada a prestar el servicio de mantenimiento de maquinaria industrial, asesoría de toda instrumentación electrónica y eléctrica y automatización de procesos industriales, ha visto la necesidad de implementar el área de importaciones en su organización ya que a través del tiempo han logrado identificar una de las necesidades básicas no solo en las organizaciones sino también en el mercado electrónico, de ofrecer semiconductores de potencia; componentes necesarios para todo tipo de tarjetas electrónicas. Los semiconductores más necesarios son: diodos de potencia, módulos de potencia, mosfets, sidactor, SCR de potencia, entre otros pocos comerciales. Una de las razones radica en que en el momento de realizar la reparación de algún equipo, los componentes que requieren cambio no se encuentran fácilmente en el mercado local y en muchos casos la empresa dueña del equipo tiene que importar el componente mediante un tercero, lo cual puede durar bastantes días, generar costos adicionales y como consecuencia de la no utilización de la maquina llegar a tener pérdidas.

2.2. Formulación

¿La implementación del área de importaciones generará una mayor utilidad para la empresa ASISTEL LTDA?

2.3. Sistematización del problema

- ¿Qué etapas debe seguir la organización para el desarrollo óptimo del área de importaciones?
- ¿Existen acuerdos comerciales que beneficien las importaciones de productos electrónicos a Colombia?
- ¿Qué recursos se necesitan para la implementación del área en la empresa?

3. OBJETIVOS

3.1. *Objetivo general*

Diseñar el departamento de importaciones en la empresa Asistel Ltda estableciendo los elementos necesarios para su implementación.

3.2. *Objetivos específicos*

- Identificar y establecer las normas legales y reglamentos para la importación de repuestos electrónicos.
- Analizar las necesidades de la organización y de los clientes con respecto al suministro de componentes electrónicos especializados.
- Establecer los beneficios de la creación del área de importaciones basados en los aspectos administrativos y financieros.
- Determinar las etapas que debe seguir la organización para el óptimo desarrollo del área de importaciones.
- Identificar los recursos que se necesitan para la implementación del área de importaciones.
- Analizar las ventajas y desventajas de los proveedores internacionales para así determinar la opción más viable en la que se encuentren implícitos factores como calidad, precio y tiempo de entrega para establecer la relación comercial.

4. JUSTIFICACIÓN

La investigación propuesta busca satisfacer la necesidad de la empresa ASISTEL LTDA de ser más competitiva en el mercado colombiano, no solo prestando el servicio de mantenimiento y reparación de maquinaria industrial, sino además proporcionar de forma eficiente y oportuna los componentes necesarios para la reparación de las maquinas, generando así un valor agregado dentro de la compañía diferenciándola de la competencia.

El área de importaciones se crea por la oportunidad de generar más opciones a los clientes de encontrar en el mercado local los componentes menos comerciales de semiconductores para la satisfacción de sus necesidades, tanto para las empresas como para personas naturales ó estudiantes.

La investigación busca realizar un estudio que permita definir cuáles son las mejores alternativas en cuanto a proveedores extranjeros de semiconductores, y todo el proceso que se requiere para la importación del producto a Colombia.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1. *Marco teórico*

5.1.1. *Globalización*

Ocampo (citado en Kamanovitz, 2000) afirma que: la globalización tiene raíces históricas profundas, pero su avance durante las últimas décadas ha sido particularmente rápido. Su fuerza reciente es el resultado conjunto de procesos tecnológicos --la revolución de la tecnológica de información y las telecomunicaciones, en particular--y de la liberación económica que se ha venido experimentando a nivel mundial, que ha reducido sustancialmente las barreras que imponían los estados a la acción de los mercados. Las manifestaciones más notorias de la globalización son el rápido crecimiento de mercados mundiales de manufacturas y servicios, la explosión de los mercados internacionales de capitales y los procesos de concentración económica en el ámbito mundial liberados por las empresas transnacionales. (P.02)

En la actualidad este proceso se encuentra en un continuo cambio y en sí es dinámico ya que desafía las leyes de todos los países del mundo no solo aquellos que están en vía de desarrollo sino también a los más desarrollados, esto se ve reflejado en áreas como las protección al medio ambiente, protección a los trabajadores, protección a las pequeñas y medianas empresas y todas aquellas relaciones socio-económicas que se puedan presentar entre países, afectando aun más la relación entre un país desarrollado y uno en vía de desarrollo.

Para el FMI (citado por J.G. Gandarillo Salgado 2003) “la globalización es la interdependencia económica creciente en el conjunto de los países del mundo, provocada por el aumento del volumen de las transacciones transfronterizadas de bienes y servicios, así como de los flujos internacionales de capitales, al mismo tiempo que por la difusión acelerada y generalizada de la tecnología. Al estar basada fundamentalmente en la lógica económica y en la expansión del mercado, la globalización rompe los compromisos locales y las formas habituales de solidaridad de cohesión con nuestros semejantes. Las elites que actúan a nivel global tienden a

comportarse sin compromisos con los destinos de las personas afectadas por las consecuencias de la globalización. La respuesta a este comportamiento por parte de los que quedan excluidos de la globalización es el refugio en la identidad local donde la cohesión del grupo de apoyo en el rechazo a los externos” (P.97)

Es importante tener en cuenta algunos elementos y causas que provocaron el proceso de globalización:

- La aceleración de la apertura económica y de los intercambios de mercancías y servicios.
- La liberalización de los mercados de capitales
- La revolución de las comunicaciones y de la informática

5.1.2. Comercio internacional

Uno de los componentes más importantes dentro de la globalización es el comercio internacional puesto que desarrolla las relaciones internacionales en el campo comercial, político o cultural a nivel mundial permitiendo el intercambio o movimiento de bienes, productos y servicios a través de las fronteras nacionales, esto quiere decir, las importaciones y exportaciones de los países. Los bienes pueden definirse como productos finales o intermedios necesarios para la producción de los bienes finales o de las materias primas.

El comercio internacional permite a un país especializarse en la producción de los bienes que fabrica de forma más eficiente y con menores costes, permitiendo medir la fortaleza de sus respectivas economías.

Krugman (1999) declara:

“los países realizan comercio internacional por dos razones básicas: en primer lugar, los países comercian porque son diferentes entre sí. Las naciones como los individuos, pueden beneficiarse de sus diferencias mediante una relación en la que cada uno hace aquello que sabe hacer relativamente bien. En segundo lugar, los países comercian para conseguir economías de escala en la producción. Es decir, si cada país produce solo un número limitado de bienes, puede producir cada uno de esos bienes a una escala mayor y, por lo tanto de manera más eficiente que si intentara producir de todo. En el mundo real, los patrones del comercio internacional reflejan la interacción de estos dos motivos. Sin embargo, como primer paso para entender las causas y los efectos del comercio es útil considerar los modelos simplificados en los que solo se presenta uno de dicho motivos” (p.11)

5.1.3. Ventajas del comercio internacional

Este proceso permite una mayor movilidad de los factores de producción entre países, generando así unas ventajas como:

- A- Incremento en la producción permitiendo así que los países se especialicen en aquellos productos donde tienen una mayor eficiencia, y como consecuencia el nivel de vida de sus trabajadores se incrementa.
- B- Disfrutar de una mayor variedad de bienes y servicios.
- C- Los precios de los productos o servicios tienden a ser más estables.
- D- Hace posible que el país obtenga aquellos bienes cuya producción interna es insuficiente o no se realicen internamente.
- E- Hace posible la oferta de productos que se consumen en otros países, en otros mercados. Es decir, las exportaciones que puede presentar el país.
- F- Estimula el crecimiento económico creando un equilibrio entre la escasez y el exceso.

Estos son algunas ventajas que presenta el comercio internacional para los países que adecuadamente aplican este proceso.

Es importante tener en cuenta que el comercio internacional obedece a tres causas: la primera es la distribución irregular de los recursos económicos. En segundo lugar, la diferencia de precios, determinado por la posibilidad de producir los bienes y servicios de acuerdo a las exigencias, gustos y necesidades de los consumidores. Y por último y no menos importante es la tecnología, la cual se transforma en un poderoso aliado para el comercio internacional y su implementación permite mayor eficiencia en los procesos.

5.1.4. Importación

La importación para la DIAN es “la introducción de mercancías de procedencia extranjera, o de zona franca colombiana industrial nacional, previo el cumplimiento de los requisitos legales establecidos y del pago de los tributos aduaneros a que haya lugar” (DIAN, 2010)

Para el Salvador Mercado H (2004) “la importación de mercancías continua jugando un papel preponderante dentro de la economía nacional, pues constituye una fuente de abastecimiento de faltantes en la producción doméstica” (p 291)

5.1.5. Gestión de compras

Según Ballou, Ronald H (1991) la actividad de compras “juega un importante papel en la mayor parte de las organizaciones, dado que los materiales adquiridos generalmente representan entre el 40% y el 60% del valor de las ventas de productos finales.”

Es por esto que en la actualidad la gestión de compras juega un papel fundamental dentro de las empresas ya que éste no solo va más allá de un intercambio de bienes o servicios sino que se toma como base de la planeación, ejecución y control de cada una de las acciones relacionadas con las adquisiciones de la empresa.

5.1.6 *Relación del área de compras con la empresa*

El área de compras es un factor fundamental dentro de los procesos productivos de la empresa, formándose en la parte más importante del sistema de producción ya que este genera el flujo de materiales que se requieren para soportar dicho proceso.

Es por esta razón que el departamento de compras, en este caso, el área de importaciones, se relaciona con otros sectores importantes de la empresa entre los cuales se encuentra la gerencia, la cual se encarga de la fijación de las políticas generales y los procedimientos que debe llevar a cabo el departamento de compras. Por otro lado el departamento de mantenimiento también se relaciona de forma significativa ya que le suministra la información necesaria para determinar qué productos se necesitan, en qué cantidad y de qué calidad.

5.2. *Marco conceptual*

Adquisición: compra de bienes o servicios para ser incorporados en la cadena de producción.

Arancel: Es la tarifa oficial que determina los derechos que se han de pagar en varios ramos, como el de costos judiciales, aduanas, ferrocarriles, etc.

CFR (Cost And Freight) (Costo Y Flete - Puerto De Destino Convenido): significa que el vendedor debe asumir los costos y los fletes necesarios para hacer llegar la mercancía en el puerto asignado, sin embargo el vendedor solo asume la responsabilidad hasta el momento en que la mercancía cruce la borda del buque.

CIF (cost- insurance and freight) – costos seguro y flete (puerto de destino convenido): significa que el vendedor entrega la mercancía cuando ésta sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido, este asume los costos y fletes necesarios para llevar la mercancía al puerto convenido, pero en este

caso el vendedor tiene como obligación contratar un seguro y pagar la prima correspondiente por cualquier situación que se le pueda presentar de pérdida o daño de la mercancía. Es importante aclarar que este icoterm solo es usado en transporte marítimo, fluvial o lacustre

CIP (carriage and insurance paid to) -transporte y seguro pago hasta lugar de destino convenido: en este caso al igual que el CPT el vendedor tiene que pagar los costes y el flete de transporte para hacer llegar la mercancía al punto de destino convenido, sin embargo el vendedor incluye bajo su cargo y responsabilidad la contratación del seguro y el pago de la prima correspondiente durante el transporte de las mercancías, cabe aclarar que el riesgo sigue siendo por cuenta del comprador desde que la mercancía es entregada al transportista, pero igualmente el vendedor tiene que contratar el seguro.

Compras: adquisición de algún beneficio a cambio de algo de valor o precio.

Cotización: Es un documento utilizado para establecer las condiciones de compra (entrega, pago, calidad, cantidad, garantía, descuentos, etc.) en una negociación.

CPT (carriage paid to)- transporte pagado hasta: En este caso el vendedor corre con los gastos de fletes de transporte necesarios para llevar la mercancía al destino convenido, incluyendo todos los gastos de licencia de exportación, despacho aduanero incluido. No obstante el riesgo de pérdida o daño de la mercancía, así como cualquier otro gasto adicional ocurrido después de que la mercancía haya sido entregada al transportista corren por cuenta del comprador, igualmente corren por cuenta de éste los gastos de descarga.

DAF (delivered at frontier) – entrega en frontera: para este término el vendedor cumple con su obligación en el momento en que entrega la mercancía despachada de aduana de exportación en el punto y lugar convenidos de la frontera, este punto se conoce mas como Autoridad Aduanera del país. El vendedor corre con los gastos de riesgo hasta el momento de la entrega y el comprador adquiere la responsabilidad en el momento que recibe la mercancía. Suele usarse para transporte terrestre, ferrocarril y carretera.

DEQ (delivered ex quay)- entrega en muelle: en este caso el vendedor cumple cuando coloca la mercancía sobre el muelle acordado por el comprador.

DES (delivered ex ship)- entrega sobre buque: el vendedor cumple con su acto de entrega cuando coloca la mercancía a bordo del buque, en el puerto de destino acordado por el comprador, el vendedor corre con los gastos de riesgo hasta el momento de la entrega (buque atracado y listo para descarga), y el comprador desde la recepción de la mercancía.

DDU: (delivered duty unpaid)- entregada derechos no pagados: el vendedor se compromete a poner la mercancía despachada de aduana para la exportación soportando todos los gastos hasta el momento en que sea puesta a disposición del comprador en el lugar convenido, además corre con todos los riesgos por llevar la mercancía hasta el lugar acordado.

DDP: (delivered duty paid)- entrega en destino con derechos pagados: el vendedor pone la mercancía despachada en aduana para la exportación, soportando los gastos hasta que se pone a disposición del comprador en el lugar convenido del lugar de importación. Además este asume todos los gastos y riesgos relacionados con llevar la mercancía hasta el lugar. En este caso el comprador asume el mínimo de obligaciones.

Estudio De Mercado: estudio de la oferta, demanda, el precio, el producto, la plaza y la competencia. Se utiliza para conocer un pronóstico de ventas. (Microsoft Encarta, 2006)

FAS (free alongside ship)- franco al costado del buque: en este caso el vendedor ha cumplido sus obligaciones cuando ha depositado la mercancía al costado del buque, sobre el muelle o barcaza, es importante que se tengan en cuenta los usos y costumbres del puerto en el que se está así como del sector y características técnicas del puerto de carga para evitar sobre costes. Este término solo puede ser usado en transporte fluvial, marítimo o lacustre.

FCA (free carrier)- franco transportista: Significa que el vendedor ha cumplido sus obligaciones cuando ha depositado la mercancía al transportador

nombrado por el comprador en el lugar o punto fijado para ello, habiendo cumplido con las formalidades de Aduana.

FOB (free on board)- franco a bordo: Este término se refiere a que el vendedor ha cumplido con sus obligaciones en el momento en el que la mercancía haya pasado la borda del buque en el puerto de embarque designado. En este caso solo puede ser usado para transporte fluvial o marítimo.

Importación: es la introducción de mercancías procedentes de otros países o de zona franca industrial colombiana al resto del territorio aduanero nacional.

Incoterms: la palabra es el resultado de la compilación de las primeras letras correspondientes a las palabras de su denominación en inglés internacional commercial terms. Y se define como el conjunto de reglas que establecen de forma clara las obligaciones que en una compraventa internacional corresponden tanto al comprador como al vendedor en aspectos relacionados con el suministro de la mercancía, las licencias, autorizaciones y aquellas formalidades que deben cumplir las partes implicadas en la compraventa internacional. (Cámara de comercio de Bogotá)

Inversión: es todo el desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objetivo social (Tarrágo Sabaté, 1986. p.308)

Mercado: conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio. (Kotler, Armstrong, Camara y Cruz, 2004, p.10)

Mercado Meta: se define como un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir. (Kotler y Armstrong. 2003)

Orden De Compra: es el comprobante que emite el comprador para solicitar los materiales cotizados por el proveedor, indicando la cantidad y las condiciones especificadas en la cotización. Al momento de ser firmado por el vendedor y por el comprador esta orden, se convierte en un contrato de compra venta.

Proveedor: empresa o persona que presta el servicio de venta de servicios o materia prima.

5.3. *Marco legal*

Para el desarrollo de la presente investigación se tendrá en cuenta la siguiente normatividad:

A- Decreto 4589 de 2006

“por el cual se adopta el arancel de aduanas y otras disposiciones”. Ente autorizado para determinar posiciones arancelarias, según el decreto 2685/99 art. 236 y la resolución 4240/00 art. 154 al 157 de la DIAN.

B- Decreto No 2685 (28 de Diciembre de 1999)

“Que el gobierno nacional está comprometido con las políticas que permitan fortalecer la inserción de la economía colombiana en los mercados internacionales, facilitando y agilizando las operaciones de comercio exterior; que con el propósito de brindar transparencia, claridad certeza a lo usuarios del comercio exterior, las operaciones aduaneras deben armonizarse y simplificarse a través de la legislación que las recoja en su integridad y consulte las tendencias legislativas internacionales; que para el efecto y cumplimiento de nuestra carta política, en la elaboración del presente decreto se atendieron las leyes marco en materia aduanera y de comercio exterior y los convenios internacionales; y se consulto la legislación comparada y las propuestas del sector privado, para garantizar un equilibrio entre el fortalecimiento del control, la fiscalización aduanera y la eficiente prestación del servicio”.

C- Decreto No 2685 de 1999 art. 120

Establece que a declaración de importación deberá presentarse ante la administración de la aduana con jurisdicción donde se encuentra la mercancía. Esta presentación se realiza a través del sistema informático aduanero o en la forma que determine la autoridad aduanera.

D- Resolución No 4240 de junio de 2000

Por la cual se reglamenta el decreto 2685 de Diciembre 20 de 1999, por la cual se modifica la legislación aduanera colombiana. Que para efectos de su aplicación, se hace necesario desarrollar y precisar algunos de los procedimientos, tramites, requisitos y términos establecidos en el citado decreto. Título V. régimen de importación.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1. *Tipo de estudio*

El estudio que se va a desarrollar en la presente investigación es de tipo descriptivo ya que se pretende describir o reseñar las características o rasgos del objeto de estudio y describe el conjunto de fases que facilitan la puesta en marcha efectiva del área de importaciones en la empresa.

6.2. *Fuentes primarias*

Para el desarrollo de la investigación es necesario recurrir a diversas fuentes que ayuden como referencia es por esto que se realizó una entrevista con el gerente de la empresa ASISTEL LTDA. El Sr Jaime Ruiz para determinar la situación en la que se encuentra actualmente la empresa.

Por otro lado se estableció contacto los posibles proveedores internacionales con el fin de analizar y determinar los aspectos importantes para la realización de esta investigación como lo son: el precio, la calidad, tiempo de entrega y las condiciones de negociación.

Además se realizó un cuestionario a las empresas a las que Asistel Ltda trabaja para determinar la necesidad de la creación del área de importaciones en la empresa.

Este cuestionario se efectuó entre los días 4,5 y 6 de Abril de 2011. El cual fue acompañado de una presentación sencilla por parte del encuestador para introducir los fines de la investigación.

6.3. *Fuentes secundarias*

En las fuentes secundarias se tiene la siguiente información:

1. Ministerio de comercio, industria y turismo.
2. Información en libros y documentos en internet.
3. Administración de impuestos y aduanas nacionales DIAN.
4. Tesis consultadas.

7. ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA

7.1. *Reseña histórica*

Asistel Ltda fue creada en el año 1994 por un ingeniero electrónico (representante legal de la empresa y actual gerente), junto con su esposa como administradora. Ejerciendo sus actividades en la ciudad de Bogotá, como una empresa especializada en el campo del mantenimiento, suministro y asesoría de toda clase de equipos e instrumentación electrónica y eléctrica en la automatización de procesos industriales.

Adicionalmente extiende sus servicios a la recuperación de todo tipo de tarjetas electrónicas, igualmente a la construcción y fabricación de tarjetas, tableros, unidades de potencia y en general de equipos soportes y similares del campo electrónico y eléctrico. Además cuentan con un grupo de personas especializadas en la reparación de toda clase de equipos industriales, mantenimiento y desarrollo de procesos de automatización industrial, los cuales se complementan para alcanzar el logro de los objetivos.

7.2. *Misión*

Somos una empresa orientada a brindar servicios especializados en reparación, automatización y mantenimiento de equipos electrónicos. Para ello desarrollamos nuestras actividades dentro de una cultura organizacional basada en valores, mejora continua, espíritu innovador, soporte tecnológico y compromiso social.

7.3. *Visión*

Asistel Ltda quiere ser reconocida para el año 2013 como una empresa líder en el sector electrónico, a través de productos y servicios de alta calidad y con un excelente capital humano basados en prácticas empresariales responsables en todas las operaciones.

7.4. *Política de calidad*

Prestamos servicios de Ingeniería Electrónica con calidad y cumplimiento para la satisfacción de nuestros clientes. Garantizamos la calidad de nuestros productos y servicios a través del cumplimiento de normas técnicas aplicables, manteniendo excelentes relaciones con los proveedores y contando con el talento humano, técnico y directivo altamente especializado en el ramo.

8. DIAGNÓSTICO PARA DETERMINAR LA CREACIÓN DEL ÁREA DE IMPORTACIONES EN LA EMPRESA.

8.1. *Tamaño de la muestra*

El tamaño de la población de estudio son las empresas a las que Asistel presta el servicio de mantenimiento y reparación de maquinaria. De acuerdo a la información suministrada por la empresa, esta cuenta con 60 empresas a las que regularmente presta su servicio.

Para determinar el tamaño de la muestra con datos cuantitativos se realiza mediante el muestreo aleatorio simple, mediante la aplicación de la siguiente formula:

$$n = \frac{n'}{1 + \frac{n'}{N}}$$

Donde:
$$n' = \frac{s^2}{\sigma^2}$$

σ^2 = es la varianza de la población respecto a determinadas variables.

s^2 = es la varianza de la muestra respecto, en el que podrá determinarse en términos de probabilidad como:

$$S^2 = p (1 - P)$$

Se= es el error probabilístico el cual esta dado por la diferencia entre ($\mu - X$), la media poblacional y la muestra.

Se²= es el error estándar al cuadrado. Este servirá para determinar σ^2 , por lo que $\sigma^2 = (Se)^2$ el cual es la varianza poblacional.

1. ELEMENTO: empresas a las que Asistel Ltda presta sus servicios
2. TAMAÑO DE LA DEMANDA: 60 empresas
3. TAMAÑO DE LA MUESTRA:
 - a. Muestreo aleatorio simple
 - b. Margen de confianza: 95%
 - c. Error de estimación: 5%
 - d. Desviación estándar: 0.5

Aplicando lo anterior:

$$n' = 60$$

$$Se = 0.05$$

$$\sigma^2 = (Se)^2 \text{ por lo tanto es } = (0.05)^2 = 0.0025$$

$$S^2 = p (1 - P) \text{ por lo tanto es } = 0.95 (1 - 0.95) = 0.0475$$

Entonces:

$$n' = \frac{s^2}{\sigma^2} = 0.0475 / 0.0025 = 19$$

De acuerdo a este resultado se calcula el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{n'}{1 + (n' / N)} = \frac{19}{1 + (19 / 60)} = 8.22 = 8 \text{ encuestas}$$

En conclusión, se van a realizar 8 encuestas para determinar la necesidad de la creación del área de importaciones en la empresa Asistel Ltda.

8.2. *Instrumentos para la recolección de información*

El instrumento que se seleccionó para la recolección de la información se encuentra entre las fuentes primarias el cual es la encuesta.

1. Encuesta directa: tiene como finalidad observar a través de la investigación la población objetivo, registrándose mediante un cuestionario, donde se estructura las preguntas a los encuestados con un orden específico; estas preguntas pueden ser de selección múltiple, abiertas o cerradas.
2. Formato de encuesta: el formato utilizado para realizar la encuesta a los encargados del área de compras de las empresas. se encuentra en el anexo No 1

8.3. *Análisis de la información*

Se realizó una encuesta a los encargados de compras de las empresas a las que Asistel Ltda les presta el servicio, con el propósito de identificar las necesidades del cliente en cuanto al suministro de los componentes necesarios para el buen funcionamiento de sus maquinas, con el fin de determinar la creación del área de importaciones en la empresa Asistel Ltda. Estas encuestas fueron realizadas directamente por la autora.

El procesamiento de los datos se realizó teniendo en cuenta el diseño, la clasificación de las preguntas, la tabulación y el análisis de los datos. La importancia de la tabulación de las encuestas radica en el análisis de las características relevantes de la encuestas para facilitar los resultados.

De acuerdo con esto, el análisis de las encuestas realizadas y los datos obtenidos son los siguientes:

PREGUNTA No 1. ¿Posee su empresa un departamento, área o sección dedicada a las compras o contrataciones?

Grafica No 1. Departamento de compras en las empresas.



Fuente: resultados de investigación, Abril de 2011.

La grafica expresa que el 100% de los encuestados posee el área de compras o contrataciones dentro de la empresa. Esto quiere decir que las negociaciones se realizan directamente con la persona encargada del departamento de compras.

PREGUNTA No 2. Si su respuesta anterior es NO indique ¿a través de quien realizan las compras de la empresa?

Puesto el 100% de los encuestados respondieron afirmativamente en la pregunta uno, el desarrollo de esta segunda pregunta no arroja ningún tipo de resultado.

PREGUNTA No 3. ¿Realizan importaciones?

Grafica No. 2. Importaciones

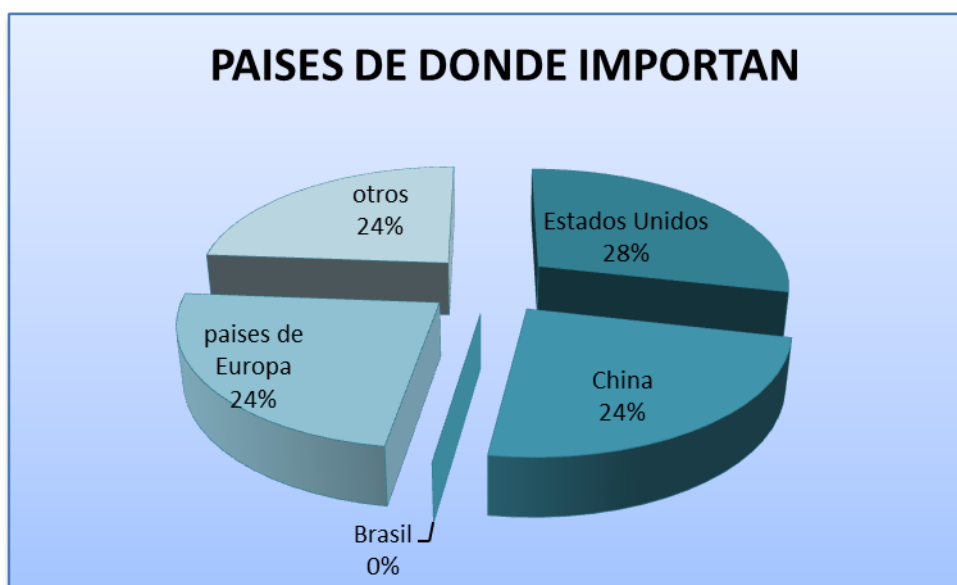


Fuente: resultados de investigación, Abril de 2011

Esta grafica indica que solo el 13% (equivalente a 1 encuestado) de las empresas no realizan importaciones directamente, el otro 87% lo hacen directamente o por medio de intermediarios. De lo anterior se puede concluir que algunas empresas realizan sus compras en el extranjero sin necesitar de intermediarios.

PREGUNTA No 4. si su respuesta anterior es Si, señale los paises de origen de los productos que importan?

Grafica No 3. Paises de donde importan

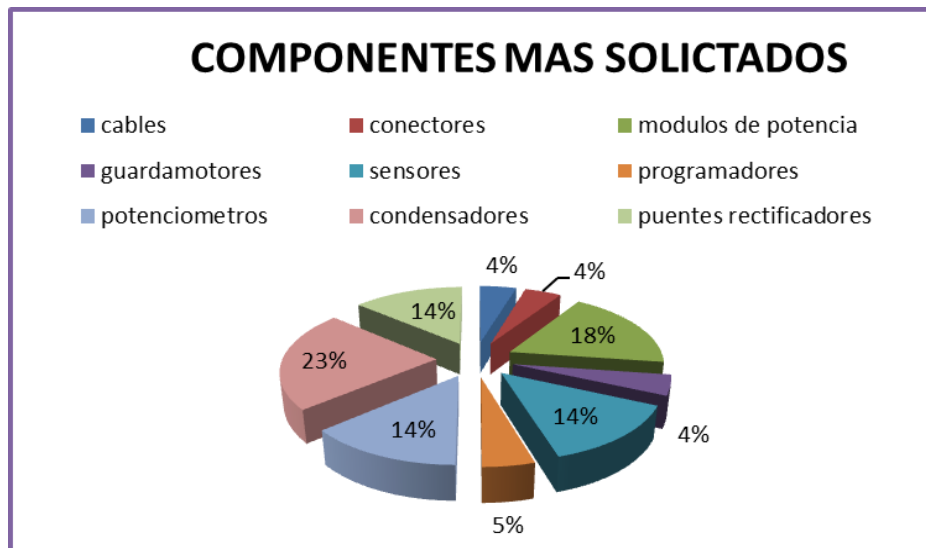


Fuente: resultados de investigación, Abril de 2011

La grafica muestra que las empresas encuestadas importan por lo menos de tres paises diferentes, en donde Estados Unidos es el principal proveedor seguido por China y por algunos paises de Europa. Sin embargo algunas empresas expresaron que tambien importan de paises como: Korea, mexico, Peru, Venezuela e india, lo cual esta indicado en otros con un porcentaje de 24%.

PREGUNTA No 5. De acuerdo a lo solicitado por el área de mantenimiento, ¿cuáles son los componentes electrónicos y eléctricos que más requieren?

Grafica No. 4. Componentes más solicitados.

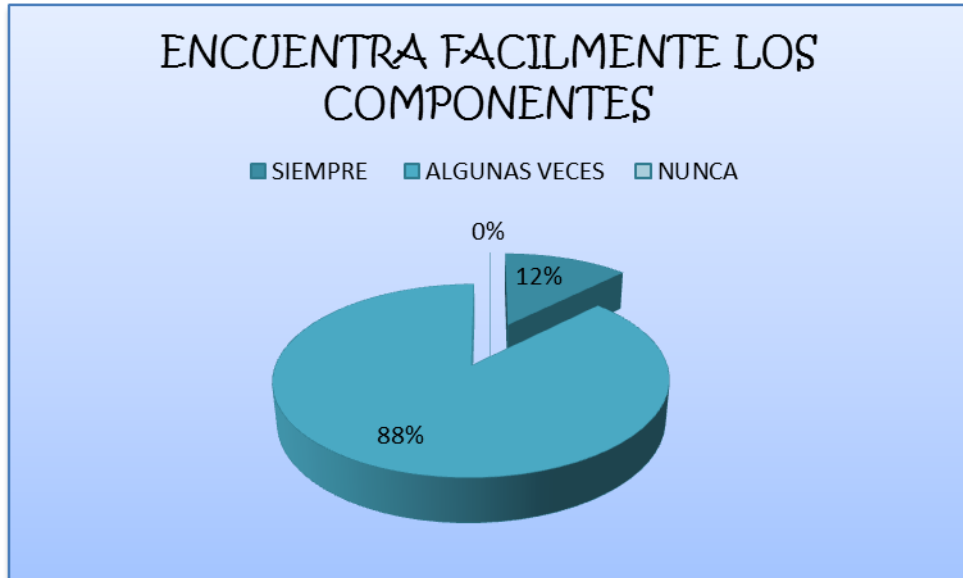


Fuente: resultados de investigación, Abril de 2011

El 23% de los encuestados expresa que lo que más solicita el área de mantenimiento son condensadores de tipo industrial seguido de los módulos de potencia con un 18%, lo que indica que estos elementos son los más requeridos por las empresas. Sin embargo no se pueden dejar de lado los sensores, los puentes rectificadores y los programadores que aunque con un porcentaje más bajo, representan utilidad dentro de la compañía.

PREGUNTA No 6. ¿Ha encontrado fácilmente este tipo de componentes?

Grafica No 5. Facilidad de adquisición de componentes

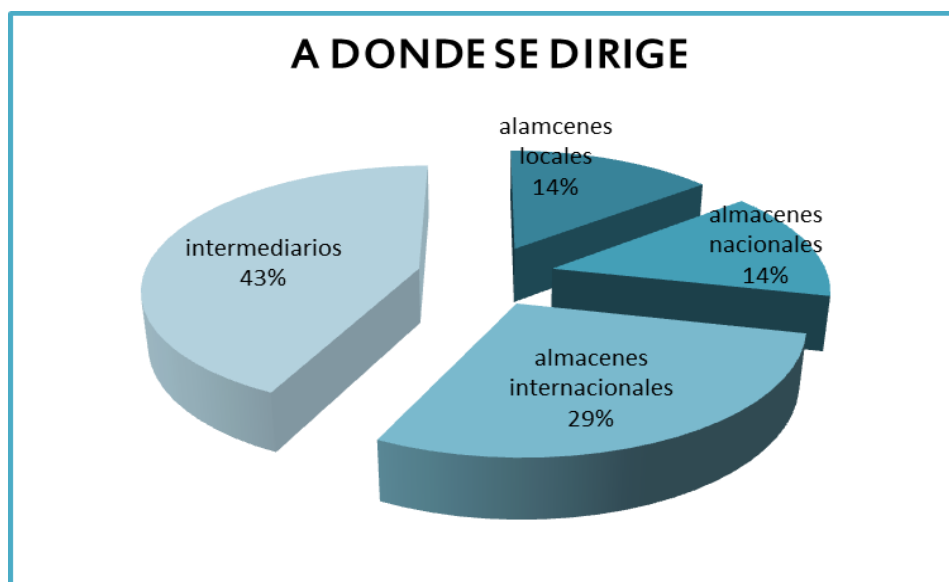


Fuente: resultados de investigación, Abril de 2011

La encuesta arroja que del 100% de los encuestados solo el 12% ha encontrado fácilmente los componentes en el momento de la compra, sin embargo el 88% manifestó que algunas veces no encontraban los materiales que buscaban. Esto permite determinar que existen algunos componentes que no son de fácil obtención por lo que Asistel ve una oportunidad ya que es posible abarcar el mercado insatisfecho.

PREGUNTA No 7. Si su respuesta anterior es Algunas Veces o Nunca, indique ¿A dónde se dirige para localizar esos productos?

Gráfica No 6. A donde se dirige el consumidor

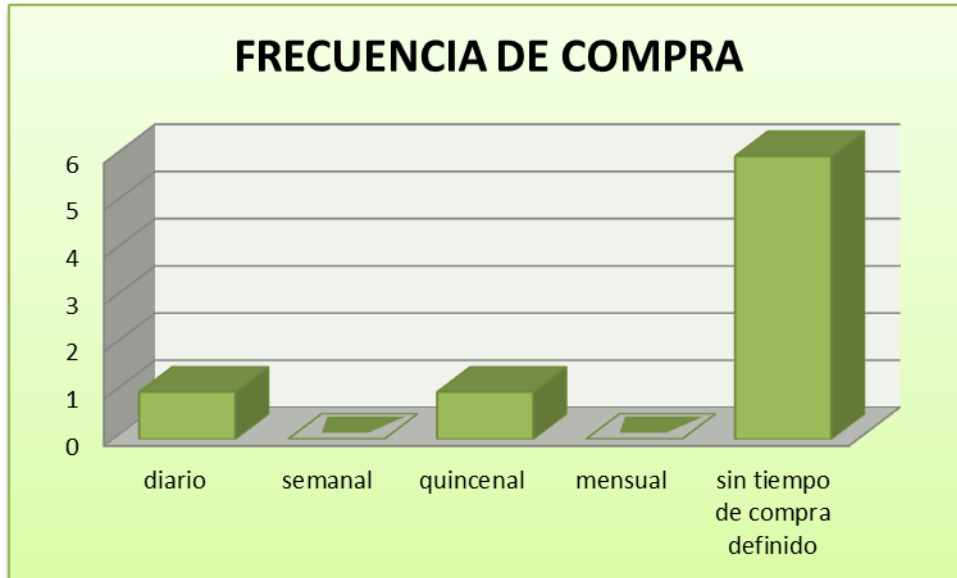


Fuente: resultados de investigación, Abril de 2011

En esta pregunta solo 7 de 8 contestaron, de los cuales el 43% afirmó que requiere de intermediarios para realizar las compras de componentes, el 29% realiza las compras en almacenes internacionales y el 14% lo hace en almacenes locales y nacionales. Esto significa que la mayoría lo hace por medio de intermediarios y no directamente lo que facilita a Asistel incursionar como intermediario para realizar las compras de componentes que las empresas requieran.

PREGUNTA No 8. ¿Con qué frecuencia recurre a la compra de componentes?

Gráfica No. 7. Frecuencia de compra

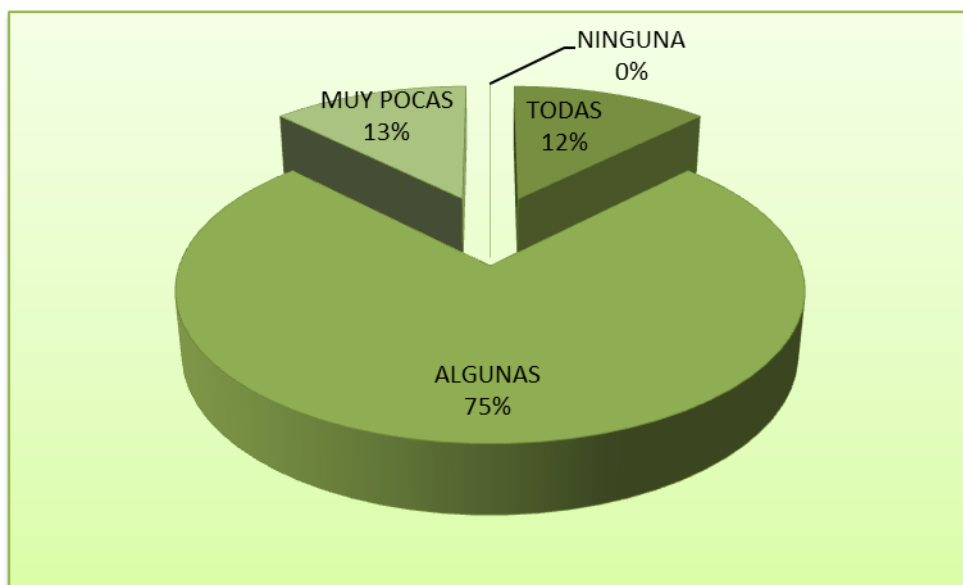


Fuente: resultados de investigación, Abril de 2011

La encuesta arroja que 6 de los 8 encuestados respondieron que no tienen un tiempo de compra definido dentro de la empresa para los componentes electrónicos. Sin embargo dos empresas contestaron que las compras las hacen a diario y mensualmente. Lo que indica que las ventas para Asistel van a ser intermitentes ya que no se tiene definido un tiempo de compra.

PREGUNTA No 9. ¿Las empresas encargadas de la reparación o mantenimiento de sus máquinas, además de prestarles el servicio, le facilitan el suministro de los componentes necesarios para su buen funcionamiento?

Grafica No 8. Empresas de mantenimiento que prestan el servicio de suministro

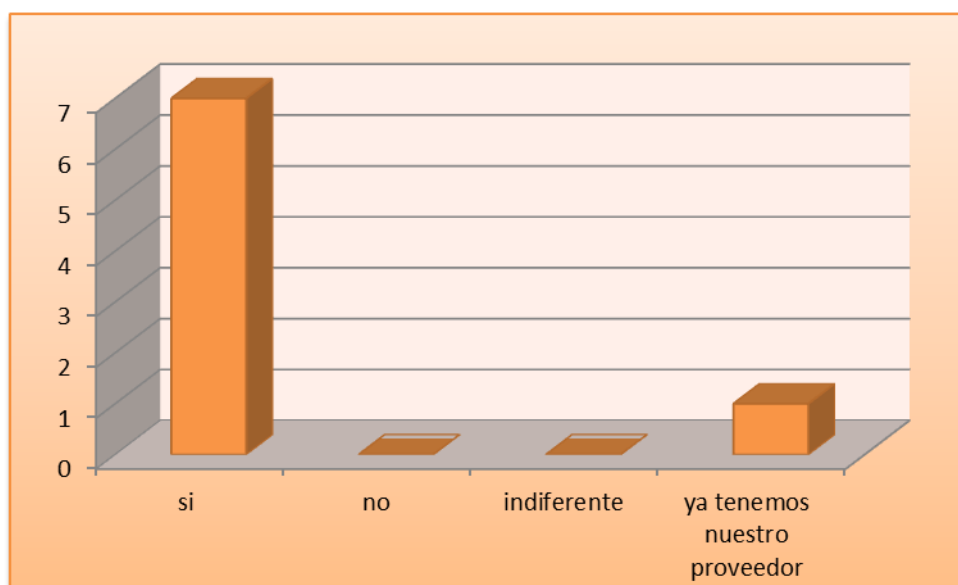


Fuente: resultados de investigación, Abril de 2011

El 75% de los encuestados afirma que solo algunas empresas además de prestarles el servicio de reparación les suministra los componentes que requieren. Y el 12% (equivalente a 1 encuestado) afirma que todas les suministran los componentes electrónicos. Esto permite determinar que Asistel puede generar un valor agregado en su servicio, ya que además de realizar el mantenimiento y reparación de sus máquinas puede suministrar los componentes que se requieran en dicho servicio.

PREGUNTA No 10. ¿ Estaría interesado en que Asistel ademas de prestarle el servicio de reparación, le suministrara los componentes que requieran ustedes, aún si no hace parte de ninguna reparación por parte de la compañía?

Grafica No 9. Interes en que Asistel preste el servicio de suministro

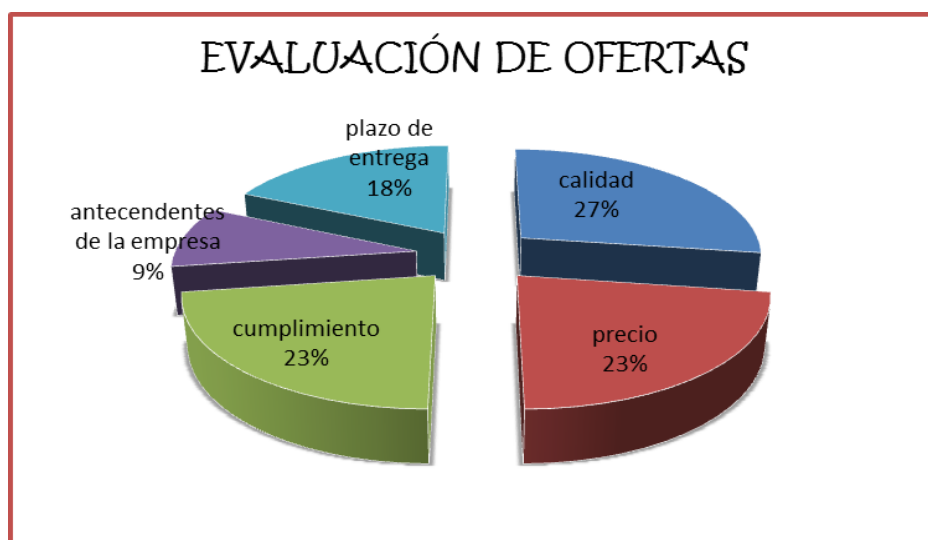


Fuente: resultados de investigación, Abril de 2011

En esta pregunta los 7 los encuestados respondieron que estarían interesados en que Asistel les suministrará los componentes electrónicos aún si no hace parte de ninguna reparación por parte de la compañía, solo uno de los encuestados respondió que ya tiene su proveedor por lo cual no requiere que Asistel preste ese servicio. Este resultado determina la factibilidad de crear el area de importaciones debido a la necesidad que tienen las empresas para la compra de componentes electrónicos y eléctricos.

PREGUNTA No 11. ¿Qué elementos toman en cuenta para la evaluación de las ofertas?

Grafica No. 10 evaluacion de ofertas



Fuente: resultados de investigación, Abril de 2011

El 27% de los encuestados determinó que el elemento primordial en la evaluación de las ofertas es la calidad del producto, el 23% respondió que el cumplimiento y el precio también son parte fundamental en la evaluación de la oferta y con un 9% los antecedentes de la empresa. Esto quiere decir que para que Asistel se convierta en uno de sus proveedores requiere que los productos que ofrezca sean de buena calidad y buen precio, además de que el plazo establecido para la entrega se cumpla.

8.4. Conclusiones sobre la investigación

Por medio de la investigación se llegó a la conclusión de que es posible crear el área de importaciones dentro Asistel Ltda ya que se evidenció la necesidad que hay por parte de las empresas para que se les provea los componentes y materiales necesarios.

Debido a que existen pocas empresas especializadas en la importación de componentes electrónicos industriales existe una demanda insatisfecha. Por esta razón Asistel tiene la posibilidad de incursionar en este nuevo mercado siempre y cuando cumpla con las exigencias de los clientes.

De acuerdo a lo manifestado por los encuestados, no todas las empresas que les prestan el servicio de mantenimiento y reparación, les ofrecen adicional la venta de los componentes que se encuentran deteriorados o dañados, por lo cual les toca recurrir a intermediarios. Es por esto que Asistel ve una oportunidad en generar un valor agregado en su servicio.

Este valor agregado en el servicio le proporcionaría a Asistel un mayor posicionamiento de la empresa y permitiría la posibilidad de abrirse a nuevos mercados.

En cuanto a los componentes más solicitados, se pudo observar que los condensadores son los más requeridos por las empresas, seguido de los módulos de potencia. Por lo cual se debe prestar más atención en cuanto a calidad y precio en este tipo de componentes.

8.5. Entrevista

Conforme se realizaron las encuestas a las empresas para determinar la necesidad del área de importaciones, también se efectuó una entrevista al gerente de Asistel Ltda para establecer el por qué es necesario crear el área de importaciones y la situación en la que se encuentra actualmente la empresa.

La entrevista se realizó el día 10 de Febrero en las instalaciones de la empresa. Esta fue una entrevista no estructurada en la cual se trataron los siguientes puntos:

- 1- Necesidad del área de importaciones dentro de la empresa.
- 2- El papel del área de importaciones dentro de la empresa.
- 3- En que beneficiará a la empresa el área de importaciones.
- 4- En que beneficiara a las demás empresas el área de importaciones.

De acuerdo con esto, el resultado de la entrevista fue el siguiente:

El gerente manifestó que se requiere el área de importaciones dentro de la empresa puesto que la mayoría de los aparatos industriales y maquinaria que llega para reparación requiere de nuevos componentes de los cuales no todos se consiguen localmente. Por esta razón se ve la necesidad de importar este tipo de componentes tanto para el servicio que presta Asistel como para comercializarlos a aquellas empresas o personas que lo necesiten.

Además manifestó el gerente de Asistel que: “esta área de importaciones beneficiara no solo a la empresa sino también a los clientes ya que además de prestarles el servicio de reparación, mantenimiento y automatización se generará un valor agregado, permitiendo así que los clientes no tengan que solicitar este servicio en otro lado a riesgo de que no puedan localizar los componentes requeridos.”

El área de importaciones según el gerente será un apoyo para el departamento de mantenimiento ya que de este depende la entrega de la maquinaria en el tiempo establecido por parte de la empresa. Por esta razón se requiere que el área de importaciones sea ágil en lo referente a la entrega de los componentes. Por otro lado servirá para generar mayores beneficios económicos a la empresa.

9. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

9.1. *Nombre área*

Área de importaciones

9.2. *Misión del área*

El área de importaciones de la empresa Asistel Ltda es un área dedicada a realizar las compras necesarias a nivel internacional, que le generen valor agregado al servicio que presta la empresa. Optimizando los recursos técnicos, financieros y humanos que permitan garantizar la calidad en el servicio y el producto.

9.3. *Visión del área*

El departamento de importaciones se visualiza para el 2014 con equipo integrado y motivado mediante el uso de herramientas y metodologías de gestión, innovación y mejora continua de los procesos que permitan la integración con las demás áreas de la empresa.

9.4. *Objetivos del área:*

1. Asegurar la prontitud y eficacia en la solicitud de los productos.
2. Desarrollar el seguimiento pertinente de los productos en el momento de la compra.

3. Generar una base de datos de los proveedores mediante el establecimiento de características que permitan evaluar la gestión de los mismos.
4. Mantener un bajo costo de funcionamiento dentro del área, lo que permita un mejor desarrollo y genere más beneficios para la organización.

9.5. *Funciones del área*

1. Recibir toda la documentación necesaria para realizar la importación, nacionalización y los pagos correspondientes.
2. Planificar el aprovisionamiento para manejar un nivel de inventarios adecuado.
3. Establecer la gestión de relación con los proveedores, tanto nacionales como internacionales.
4. Desarrollar y aplicar criterios para la validación del programa de compras.
5. Planear, dirigir y controlar los procesos de importación, compras, pagos internacionales, aduanas y logística.
6. Realizar las negociaciones con los proveedores
7. Realizar los trámites de importación y legalización del mismo.
8. Establecer el proceso de compra del producto.
9. Definir los criterios de evaluación de proveedores.
10. Mantener una comunicación clara con los departamentos de mantenimiento, gerencia y contabilidad.

9.6. *Diagnóstico estratégico del área*

El diagnostico estratégico es una herramienta que permite medir la eficiencia de la empresa e identificar los puntos fuertes y débiles que posee, así como también las oportunidades y amenazas que se pueden presentar. Hacen parte de este diagnostico el perfil de capacidades internas PCI, el perfil de oportunidades y amenazas POAM y el análisis DOFA.

9.6.1. Perfil de capacidades internas PCI

Este perfil permite evaluar las fortalezas y debilidades del área con respecto a la organización y en relación con las oportunidades y amenazas que se presentan en el medio externo. Estas se miden por medio de cinco categorías las cuales son: capacidad directiva, capacidad competitiva, capacidad financiera, capacidad tecnológica y capacidad del talento humano.

Tabla No 1. *Capacidad directiva*

CAPACIDAD DIRECTIVA	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	alt o	medi o	baj o	alt o	medi o	baj o	alt o	medio	bajo
<i>Conocimiento y experiencia en el sector</i>	✓						✓		
<i>Administración de inventarios</i>					✓			✓	
<i>Conocimiento del mercado objetivo</i>					✓		✓		

Fuente: la autora

De acuerdo a la información suministrada, la capacidad directiva posee debilidades en dos de los aspectos tenidos en cuenta, de los cuales uno posee gran impacto dentro de la organización, esto constituye un factor negativo durante su operación. Por otro lado presenta una fortaleza alta en cuanto al aspecto del conocimiento y experiencia en el sector esto significa que las decisiones que tome la dirección van a tener una repercusión significativa durante el desarrollo de la actividad.

Tabla No 2. *Capacidad tecnológica*

CAPACIDAD TECNOLÓGICA	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	alto	medio	bajo	alto	medio	bajo	alto	medio	bajo
<i>Capacidad de innovación</i>					✓		✓		
<i>Nivel de tecnología usado en el servicio</i>						✓		✓	
<i>Valor agregado del servicio</i>	✓						✓		
<i>Intensidad de mano de obra en el servicio</i>	✓							✓	

Fuente: la autora

De acuerdo a los resultados arrojados la capacidad tecnológica presenta dos factores de alta fortaleza con un impacto significativo, los cuales se ven reflejados en el servicio final. Sin embargo presenta dos debilidades en cuanto a la innovación de los procesos con un nivel de impacto considerable.

Tabla No 3. *Capacidad del talento humano*

CAPACIDAD DEL TALENTO HUMANO	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	alto	medio	Bajo	alto	medio	bajo	alto	medio	bajo
<i>Nivel académico del talento</i>			✓				✓		
<i>Motivación</i>			✓				✓		
<i>Atención al cliente personalizada</i>	✓						✓		
<i>Mano de obra calificada</i>	✓						✓		

Fuente: la autora

En cuanto a la capacidad del talento humano todos los factores presentan un alto impacto lo cual afortunadamente para la compañía se encuentran en una fortaleza, sin embargo esto no quiere decir que no se debe prestar especial cuidado en cada uno de ellos.

Tabla No 4. *Capacidad competitiva*

CAPACIDAD COMPETITIVA	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	alto	medio	bajo	alto	medio	bajo	alto	medio	bajo
<i>Calidad del producto</i>	✓						✓		
<i>Bajos costos de distribución.</i>		✓						✓	
<i>Contacto con proveedores en el exterior</i>					✓			✓	

Fuente: la autora

En la capacidad competitiva solo uno de los factores presenta una debilidad baja en la cual se debe prestar atención ya que el nivel que presenta de impacto es medio, se deben generar estrategias que permitan mejorar el contacto con los proveedores en el exterior. Por otro lado presenta fortalezas en factores que tienen un alto impacto como la calidad del producto.

Tabla no 5. *Capacidad financiera*

CAPACIDAD FINANCIERA	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	Alto	medio	bajo	Alto	medio	bajo	alto	medio	bajo
<i>Habilidad para competir con precios</i>		✓					✓		
<i>Inversión de capital</i>				✓				✓	
<i>Liquidez</i>						✓		✓	

Fuente: la autora

En los resultados arrojados por la capacidad financiera se evidencian las debilidades que presenta en dos de los tres factores propuestos los cuales hacen referencia a la inversión de capital y la liquidez que posee la empresa, lo cual indica que es necesario trabajar para corregir estos aspectos y para mejorar la capacidad financiera de la compañía.

9.6.2. *Perfil de oportunidades y amenazas del medio. (POAM)*

Este perfil permite medir e identificar las oportunidades y amenazas potenciales de una organización de acuerdo a su impacto. El POAM examina los siguientes factores: económico, competitivo, político, sociales.

Tabla No 6. *Capacidad económica*

CAPACIDAD ECONÓMICO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
	alto	medio	Bajo	alto	medio	bajo	alto	medio	bajo
<i>Fluctuaciones del peso colombiano</i>				✓			✓		
<i>Acceso a recursos financieros</i>		✓						✓	
<i>Acuerdos comerciales entre países</i>			✓					✓	

Fuente: la autora

La capacidad económica muestra que la mayoría de los factores poseen una oportunidad en el medio ya que estas están dadas por las políticas económicas que presenta el país. Sin embargo existe un factor que refleja una amenaza y representa un alto impacto, por lo cual se debe establecer estrategias que permitan garantizar que a pesar de las políticas establecidas por el país no afecte de forma significativa los precios de los productos.

Tabla No 7. *Capacidad competitiva POAM*

CAPACIDAD COMPETITIVO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
	alto	medio	bajo	alto	medio	bajo	alto	medio	bajo
<i>Crecimiento de la industria colombiana</i>	✓						✓		
<i>Costo, volumen y calidad de los productos internacionales</i>		✓						✓	
<i>Llegada de nueva tecnología al país</i>		✓						✓	

Fuente: la autora

De acuerdo a los datos arrojados, la capacidad competitiva muestra oportunidades en todos sus factores con un impacto significativo.

Tabla no 8. *Capacidad política*

CAPACIDAD POLÍTICO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
	alto	medio	bajo	alto	medio	bajo	alto	medio	bajo
<i>Incremento costos arancelarios</i>				✓			✓		
<i>Comportamiento económico del país</i>				✓				✓	
<i>Desacuerdos políticos entre países</i>				✓				✓	

Fuente: la autora

Cada uno de estos factores están dados por el entorno, lo cual no permite modificarlos es por esta razón que la empresa debe acomodarse de la mejor manera a estos posibles cambios. Sin embargo la empresa ve como amenaza cada uno de ellos.

9.6.3. Matriz DOFA

De acuerdo a este análisis se determinan los factores en los que la empresa posee debilidades o amenazas así como sus fortalezas y oportunidades y las estrategias necesarias para contrarrestar y aprovechar dichos aspectos para la creación del área de importaciones en la empresa.

Tabla No 9. DOFA

<h1 style="text-align: center;">Matriz DOFA</h1>	<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Personas capacitadas para el asesoramiento en la compra del producto 2- Contacto de empresas por medio del área de mantenimiento de la empresa 3- Atención al cliente personalizada 4- Distribución del producto a las empresas 5- Valor agregado 6- Nivel académico de los empleados 	<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Falta de conocimiento del mercado objetivo 2- Poco contacto de empresas proveedoras en el exterior 3- Deficiente manejo de inventarios 4- Poca inversión en publicidad y estudio de mercadeo 5- Falta de capacidad de innovación 6- Bajo nivel de tecnología usado en el servicio 7- Falta de liquidez
<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Acuerdos comerciales entre países. 2- Facilidades de crédito en establecimientos financieros. 3- Llegada de nueva tecnología al país. 4- Crecimiento de la industria colombiana. 5- Costo, volumen y calidad de los productos internacionales. 	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aplicar nuevos sistemas de distribución aprovechando la nueva tecnología en el país (F4,03) - Generar nuevas estrategias que permitan ser mas competitivos, no solo por el producto sino en el servicio al cliente y su asesoría. (F1,F3, 04) - Aprovechar la llegada de nuevas empresas, brindándoles un excelente producto y calidad en el servicio (penetración en el mercado). (F1,F3,02) 	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar estudios de mercados para identificar el mercado objetivo. (D1, 02). - Aplicar diferentes medios de comunicación en los que se pueda llegar al cliente de una forma adecuada. (D4, 02) - Aplicar nuevos sistemas que permitan un mejor manejo de inventarios y logística del almacén. (D3, 03) - Aprovechar la llegada de nueva tecnología al país para aplicarla en los procesos productivos de la empresa. (D5, D6, 04)
<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Altos costos arancelarios 2- Cierre de fronteras por desacuerdos políticos, económicos o sociales. 3- Descenso en el comportamiento económico del país (las empresas prefieren no invertir en mantenimiento de sus maquinas, a menos que se les dañe). 4- Fluctuaciones del peso colombiano 	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anticipar estrategias y modelos que permitan en época de crisis satisfacer las necesidades del cliente en producto, calidad, tiempo de entrega y distribución. (A3, A4, 02, 03). - Adecuar los precios del producto para que los altos costos arancelarios no afecten en gran medida el valor del componente. (A1, 01) 	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Establecer el capital necesario para la importación de componentes electrónicos a Colombia (A1, D1) - Generar contactos con empresas extranjeras que permitan la fácil comercialización de sus productos (A2, D2). - Emplear nueva tecnología que permita retener a los clientes

Fuente: Autora

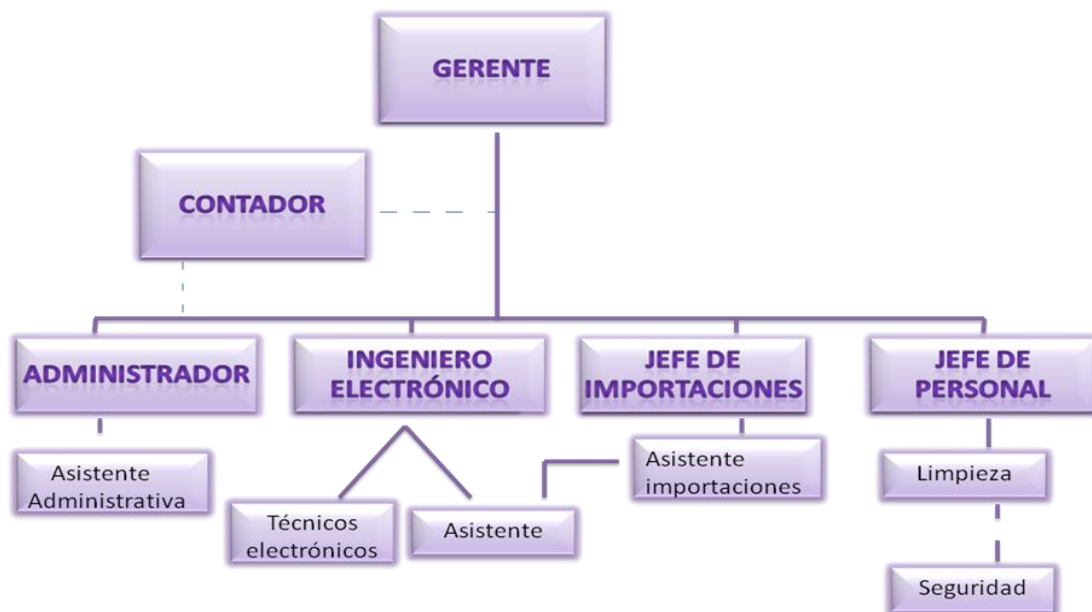
9.7. Estructura del área

La efectividad de una empresa depende de una buena estructuración de sus áreas, es por esto que la finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de funciones que han de realizar las personas que laboran dentro de una organización para un desarrollo óptimo y eficiente de las metas establecidas por la empresa.

Es así como se incluye el área de importaciones dentro del organigrama de Asistel y se desarrollan las cartas de descripción y análisis de cargos.

El organigrama desarrollado por la empresa es de tipo vertical, el cual se caracteriza por presentar la línea de autoridad desde arriba hacia abajo, en este caso encabezado por el gerente de la empresa.

Figura No 1. *Organigrama Asistel Ltda*



Fuente: la autora

9.7.1. Perfil del personal

De acuerdo a los requerimientos del departamento de importaciones, se plantea la necesidad de los siguientes cargos junto con el perfil y las funciones que deben desarrollar.

9.7.1.1. *Jefe de importaciones*

Tabla No 10. *Carta de descripción y análisis de cargos, jefe de importaciones*

ASISTEL LTDA	
CARTA DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE CARGOS	
TITULO: JEFE DE IMPORTACIONES NATURALEZA DEL CARGO: Creado para dirigir el proceso comercial de compra de productos y servicios de la empresa. JEFE INMEDIATO: Gerente General NUMERO DE PUESTOS: 1	
DESCRIPCION GENERAL: planear, dirigir y controlar los procesos de importación, compras, pagos internacionales y aduanas. Desarrolla y aplica criterios para la validación del programa de compras en función de la producción y la comercialización.	
DESCRIPCION DEL CARGO: <ul style="list-style-type: none"> • Planeación de compras. • Realiza la negociación con los proveedores. • Realiza los trámites de importación y el manejo de fletes y logística. • Asegurar el cumplimiento de las condiciones establecidas por ambas partes. • Desarrollar base de datos tanto de los proveedores como de los clientes. 	
ANÁLISIS DEL CARGO <i>Requisitos intelectuales</i> <ul style="list-style-type: none"> • Instrucción básica: bachillerato y profesional en comercio internacional y/o relaciones internacionales. • Experiencia: mínimo 3 años en cargos afines • Aptitudes necesarias: trabajo bajo presión, recursividad, buena comunicación, creatividad, capacidad de trabajo en equipo, apoyo a colaboradores, buen manejo del ingles escrito y hablado, capacidad de negociación, habilidad para anticipar problemas y generar soluciones. <i>Requisitos físicos</i> <ul style="list-style-type: none"> • No aplica <i>Responsabilidades</i> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de manuales de políticas, contacto con agencias aduanales, análisis de precios. <i>Condiciones De Trabajo</i> <ul style="list-style-type: none"> • Enfermedades profesionales: ninguna. / espacios de trabajo adecuados y amplios 	

Fuente: Autora

9.7.1.2. *Auxiliar de importaciones*

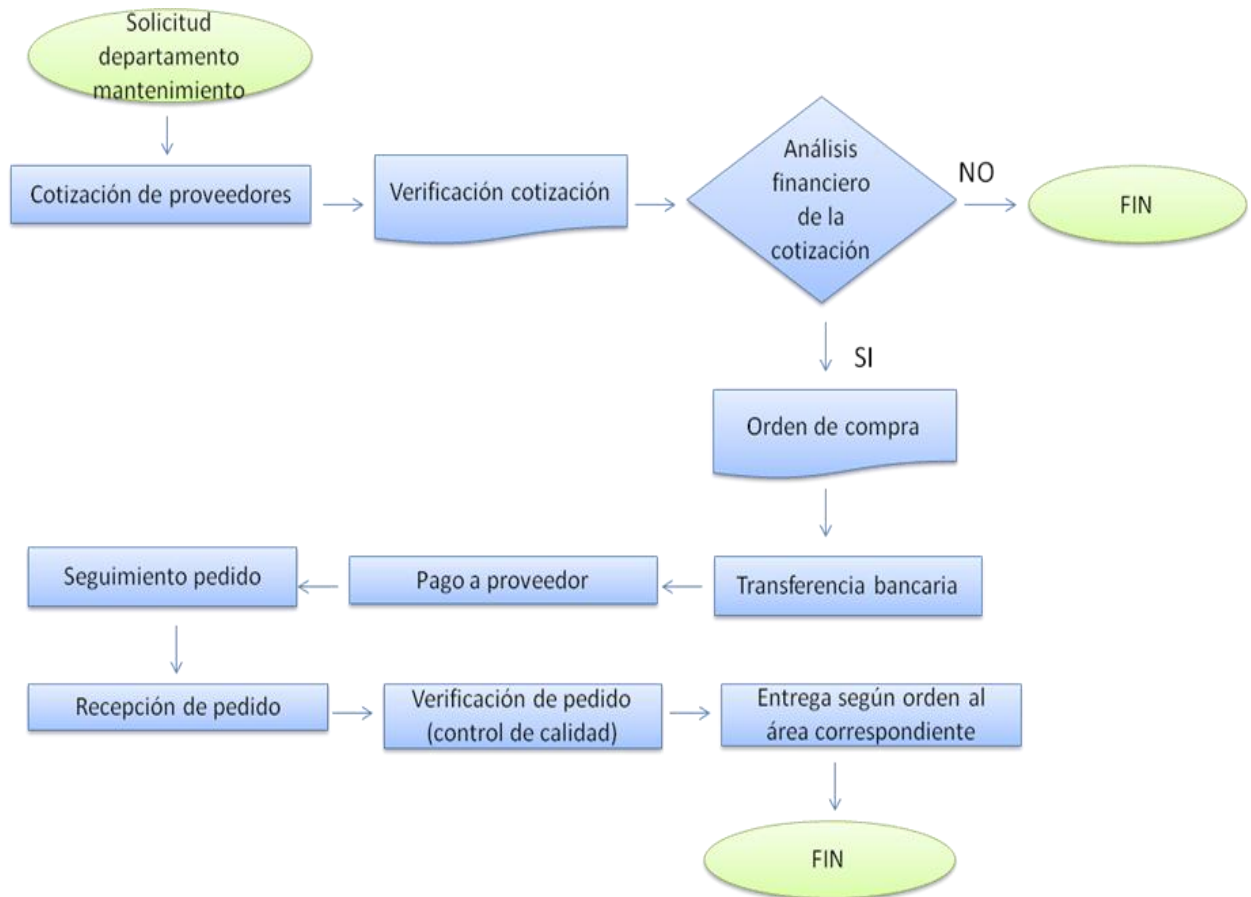
Tabla No 11. *Carta de descripción y análisis de cargos, auxiliar de importaciones.*

ASISTEL LTDA	
CARTA DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE CARGOS	
TITULO: AUXILIAR DE IMPORTACIONES NATURALEZA DEL CARGO: Creado para apoyar las actividades de comercio internacional en el departamento de importaciones. JEFE INMEDIATO: Jefe de importaciones NUMERO DE PUESTOS: 1	
DESCRIPCION GENERAL: preparar la información necesaria de todo lo relacionado con las importaciones de las mercancías, además de realizar los trámites pertinentes para llevar a cabo el proceso de importación.	
DESCRIPCION DEL CARGO: <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar los trámites aduaneros. • Realizar el seguimiento a la mercancía desde el momento de su compra hasta la recepción del mismo. • Elaboración de cotizaciones. • Realizar los pagos a los proveedores. • Llevar un control de mercancías e inventarios. • Recibir las solicitudes de producto por parte del departamento de mantenimiento 	
ANÁLISIS DEL CARGO <i>Requisitos intelectuales</i> <ul style="list-style-type: none"> • Instrucción básica: técnico en comercio exterior • Experiencia: mínimo 2 años en cargos afines • Aptitudes necesarias: trabajo bajo presión, buena comunicación, capacidad de trabajo en equipo, apoyo a colaboradores, buen manejo del inglés escrito y hablado. <i>Requisitos Físicos</i> <ul style="list-style-type: none"> • No aplica. <i>Condiciones de trabajo</i> <ul style="list-style-type: none"> • Enfermedades profesionales: ninguna. • Espacios de trabajo adecuados y amplios. 	

Fuente: autora

9.8. Proceso de compra

Figura No 2. Proceso De Compra



Fuente: la autora

El proceso de compra debe llevar a cabo una serie de planes o procedimientos para generar beneficio a la compañía aumentando la efectividad del proceso en cuanto a la disminución de riesgos en las decisiones.

9.8.1. Solicitud departamento de mantenimiento

Se genera la necesidad de un componente electrónico en el área de mantenimiento para la reparación de un equipo o por parte del área de ventas por la solicitud de alguna empresa. Para esto se requiere el siguiente formato:

Figura No. 3. *Formato de requisición.*

The form is titled 'FORMATO DE REQUISICION' and includes the company logo 'ASISTEL Ltda' and the number '001'. It contains fields for 'Área', 'solicitante', and 'Fecha de pedido'. Below these is a table with three columns: 'CANTIDAD', 'DESCRIPCION /REFERENCIA', and 'EMPRESA'. The table has four rows. At the bottom, there is a section labeled 'Recibido por:' followed by a horizontal line for a signature.

ASISTEL Ltda 001

FORMATO DE REQUISICION

Área _____ solicitante _____

Fecha de pedido _____

CANTIDAD	DESCRIPCION /REFERENCIA	EMPRESA

Recibido por:

Fuente: la autora

9.8.2. Requisición o requerimiento

Es la solicitud que se le realiza al proveedor sobre el producto o servicio que desea satisfacer la empresa. En este proceso se recopila la información necesaria para la definición de la compra, precios, y tiempo de entrega más adecuados. Esta solicitud puede ser verbal o escrita, sin embargo la más utilizada es la solicitud por medio escrito. Por la que se envía un correo solicitando la información necesaria.

9.8.3. Cotización de proveedores

En el momento de la negociación se establece la forma de pago, la cantidad solicitada, el tiempo de entrega y las condiciones por parte del proveedor para la adquisición del producto.

9.8.4. Orden de compra

En este caso se utiliza un documento por escrito en el que se estipula la cantidad y la calidad requerida por la empresa al proveedor del producto solicitado.

9.8.5. Transferencia bancaria

Se realiza la transferencia de dinero al proveedor para la compra de los productos solicitados en la orden de compra.

9.8.6. Seguimiento del pedido

El área de compras deberá mantenerse informado sobre la situación de la compra realizada: el momento de despacho (proveedor) y el momento de llegada al puerto o al lugar especificado por las partes.

9.8.7. Recepción del pedido

Se debe verificar que el producto llegue en las condiciones acordadas. Finalizada la actividad del recibo del producto se procede con la realización de un recibo o reporte en el que se especifique la fecha de entrega, el nombre de la persona que entregó el producto y el nombre de la persona que lo recibió, el número de pedido, la cantidad recibida, descripción y observaciones.

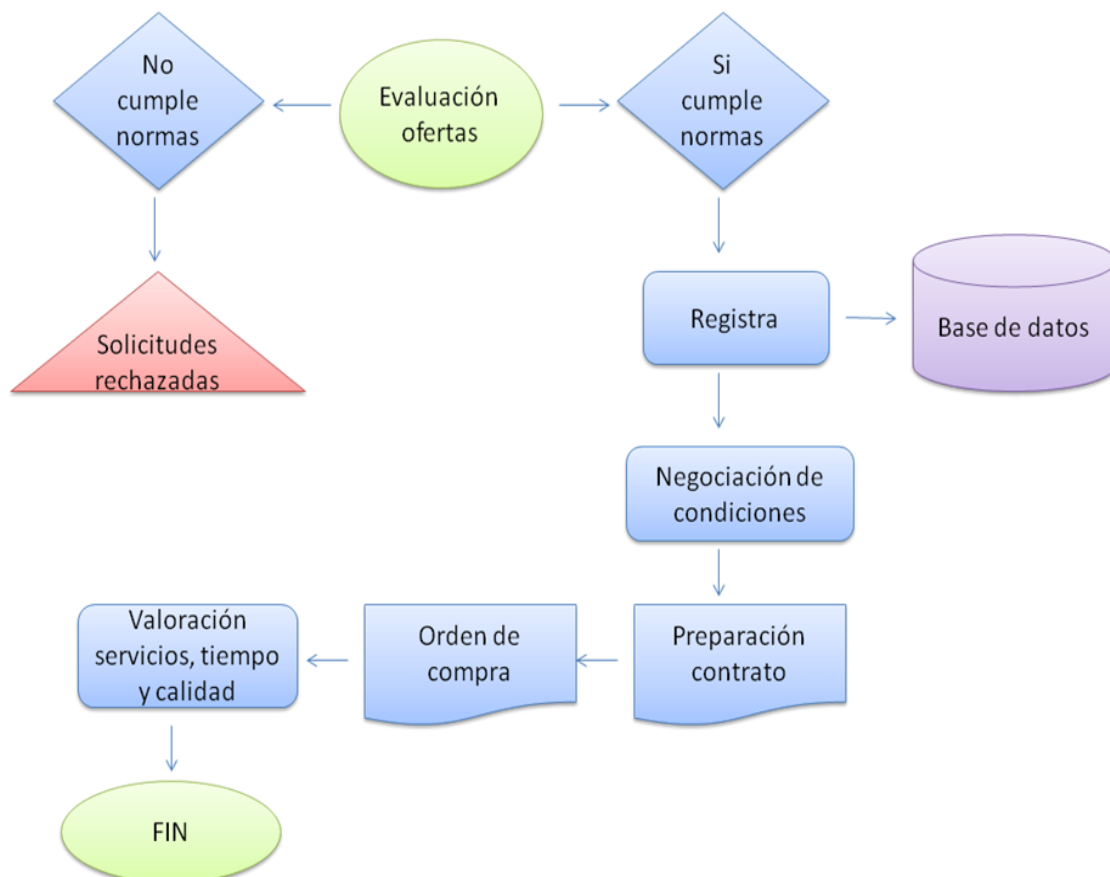
9.8.8. Verificación del pedido (control de calidad)

Se revisan todos los productos entregados así como también se valora y califica el servicio prestado por el proveedor. En el caso de encontrar defectos, daños en el producto o incompletos los artículos, se procederá a separarlos, contarlos y registrarlos.

9.9. Proceso de creación de proveedores

Para crear un proveedor de compra en el sistema, tiene que cumplir con las normas establecidas por la organización para quedar calificado y registrado, si este no llegase a cumplir los requisitos se archivara en solicitudes rechazadas.

Figura No. 4. Proceso de creación de proveedores



Fuente: la autora

9.9.1. Evaluación de ofertas

Para obtener la información de los proveedores, el área de compras debe enviar por escrito vía e-mail o fax una solicitud en la cual se requieran los servicios de dicha empresa, esto con el fin de obtener la información necesaria sobre la organización, sus productos, políticas, precios.

Después de esto es necesario realizar un análisis, valoración y comparación de las ofertas que se reciben, en los cuales se determinan los siguientes factores de selección:

1. *Factor económico*: valor unitario, cantidades mínimas de pedido, descuentos comerciales, etc.
2. *Factor de servicio*: en este caso se determina no solo lo implícito con el producto sino también los aspectos relacionados indirectamente como lo son: el plazo de entrega, garantía de producto, prestigio del proveedor, servicio postventa etc.
3. *Factor de calidad*: analizar las características técnicas del producto.

9.9.2. Registro

Una vez aprobado y seleccionado los proveedores, se procede al análisis de la siguiente información para determinar la confiabilidad de la empresa:

1. Datos legales: verificar si la empresa actualmente se encuentra registrada y debidamente legalizada
2. Referencias comerciales: antecedentes con algunas otras empresas con las que hayan trabajado.
3. Datos financieros: para realizar las transferencias de las compras. Nombre de la entidad financiera, cuenta bancaria, tipo de cuenta, etc.

Después de esto se procede con el registro de los datos generales de la empresa en el siguiente formato:

Figura No. 5. Formato registro de proveedores



ASISTEL Ltda

REGISTRO PROVEEDORES

INFORMACION GENERAL	
RAZON SOCIAL: _____	
PAIS: _____	CIUDAD: _____
TELEFONO: _____	DIRECCION: _____
PAGINA WEB: _____	
INFORMACION CONTACTO	
NOMBRE: _____	EMAIL: _____
FAX: _____	CARGO: _____
INFORMACION BANCARIA	
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	

Fuente: la autora

9.9.3. Negociación de condiciones

Se negocian las condiciones de compra del producto en cuanto a la forma de pago, descuentos, transporte, embalaje, calidad, tiempo de entrega y termino incoterm utilizado.

9.9.4. Orden de compra

Después de negociada las condiciones de compra, se procede con el envío de la orden de compra de los productos requeridos por la empresa, en el cual se estipulan: Fecha de pedido, forma de pago, condiciones de entrega, detalle de la mercancía solicitada, nombre y domicilio del comprador, nombre y domicilio del vendedor, número de orden de compra, firma del encargado de compras.

9.9.5. Valoración servicios, tiempo y calidad

Después de recibido el producto se procede con la calificación de los proveedores en cuanto a la prestación del servicio, el tiempo de entrega y la calidad.

En este caso se determina y se evalúa el cumplimiento de los criterios establecidos.

Si el proveedor llegare a incumplir se procederá con el rechazo y anulación del registro del proveedor. Si cumpliera se podrá seguir utilizando sus servicios.

10. ANÁLISIS CULTURAL DE ESTADOS UNIDOS

Estados Unidos se encuentra entre los principales países industriales del mundo, es por esta razón que cuenta con la mayor industria de equipos electrónicos y donde se localizan las empresas más grandes de fabricación de este tipo de componentes, como lo son: Newark Electronics, Mouser Electronics, Digi Key, Richardson Electronics, entre otros.

Es así como se elige a Estados Unidos como el principal país proveedor para la empresa Asistel Ltda debido a la diversificación de los productos en cuanto a equipo industrial, y debido a que existe mayor cantidad de empresas es más fácil encontrar los componentes a precios competitivos.

Para lograr una interacción correcta en cualquier mercado extranjero es importante analizar su cultura y sociedad, es ir mas allá de mostrar solamente un interés comercial, es obtener conocimiento profundo del país al que se desea ingresar.

Para obtener esta información es necesario tener en cuenta aspectos como la localización del país, principales ciudades, estructura política, economía, impuestos, industrias e idioma.

10.1. Localización

Estados Unidos se encuentra situada en Norteamérica, limita con Canadá al norte, México al sur, al oeste con el océano pacifico y al este con el atlántico. Es el tercer país más extenso del mundo con 9.826.630 km cuadrados después de Rusia y Canadá. (CIA World Factbook, 2008).

Así mismo es el tercer país más poblado del mundo con más de 310 millones de habitantes, los cuales se concentran principalmente en la zona de New York, Los Angeles, Chicago, Dallas, Miami y Filadelfia.

Estados Unidos se encuentra dividido por 50 estados los cuales tienen derecho a dirigir su propio sistema educativo, policial, mantenimiento de carreteras entre otros. Asimismo representa el 42% del mercado global de bienes de consumo, por tal razón muchas empresas del mundo invierten en este país y actualmente, están suscritos a más de 14 tratados de libre comercio con países asociados. (Proexport Colombia)

La economía de Estados Unidos es la más grande del mundo con un PIB que se encuentra alrededor del 21% de la economía mundial. Sin embargo en su economía prevalecen los servicios con por lo menos el 80% del PIB.

10.2. Capital

Washington D.C. también llamado Distrito de Culumbia.

10.3. División política

Estados Unidos se encuentra dividido por 50 Estados y 1 distrito los cuales son:

[Alabama](#), [Alaska](#), [Arizona](#), [Arkansas](#), [California](#), [Carolina del Norte](#), [Carolina del Sur](#), [Colorado](#), [Connecticut](#), [Dakota del Norte](#), [Dakota del Sur](#), [Delaware](#), [Distrito de Columbia](#), [Florida](#), [Georgia](#), [Hawai](#), [Idaho](#), [Illinois](#), [Indiana](#), [Iowa](#), [Kansas](#), [Kentucky](#), [Louisiana](#), [Maine](#), [Maryland](#), [Massachusetts](#), [Michigan](#), [Minnesota](#), [Mississippi](#), [Missouri](#), [Montana](#), [Nebraska](#), [Nevada](#), [Nuevo Hampshire](#), [Nueva Jersey](#), [Nuevo México](#), [Nueva York](#), [Ohio](#), [Oklahoma](#), [Oregón](#), [Pennsylvania](#), Rhode Island, Tennessee, Texas, Utah, Vermont, Virginia Occidental, Washington, Wisconsin, Wyoming

10.4. *Tipos de ciudades estadounidenses*

1. INDUSTRIALES: situadas en el manufacturing belt; área en la parte superior del medio oeste alrededor de los grandes lagos de estados unidos, puede definirse en términos generales como el principio de región.
2. PORTUARIAS: Nueva York, Chicago, Long Beach, Oakland.
3. TURISTICAS: Nueva York, Miami, San Francisco, Nueva Orleans.

10.5. *Aeropuertos.*

Estados Unidos cuenta con alrededor de 15.095 aeropuertos de los cuales varios de estos están clasificados como los mas grandes y de mayor movimiento del mundo.

La mayoría de ciudades cuentan con aeropuertos internacionales, entre los mas importantes se encuentran: los Ángeles International (LAX), San Francisco International, Sea –Tac International en Seattle, Dallas Ft. Word International, Washington dultes International, John F. Kennedy Airport (JFK) en New York, Chicago O'Hare International, Boston- Logan International, Atlanta International y por ultimo Miami International. Por lo general estos aeropuertos se encuentran ubicados lejos de los centros urbanos.

La oferta de servicios directos hasta Colombia se concentra en los aeropuertos John F. Kennedy International, los Ángeles International, George Bush International (Houston), Miami International y Memphis International Airport.

La mayoría de los aeropuertos son de propiedad pública, sin embargo la industria area civil es privada. Existen tres aerolíneas estadounidenses las cuales son las mas grandes del mundo: Southwest airlines, American airlines y Delta Airlines. (Asociación internacional de transporte aéreo, 2010)

10.6. Sistemas de transporte interno

Posee una infraestructura portuaria compuesta por más de 400 puertos y subpuertos, en las cuales 50 manejan el 90% del total de las toneladas de carga. Estos puertos están localizados estratégicamente en los océanos Atlántico y Pacífico.

Además cuenta con una infraestructura avanzada de trasportes, 6.465.799 km de [autopistas](#), 226.427 km de [vías férreas](#) y 41.009 km de vías fluviales. Sin embargo la mayoría de las personas utilizan el automóvil como su principal medio de transporte. (the world factbook CIA , 2010)

10.6.1. Transporte marítimo

Estados Unidos cuenta con puertos clasificados como los mas grandes y con mayor movimiento, entre los mas destacados se encuentra en la costa este los puertos de: Houston, New York, Baltimore, Savannah, Jacksonville, Charleston, Miami, New Orleans Y Port Everglades. Los cuales sobresalen por la afluencia de navieras con servicio directo y regular.

10.7. Estructura política

Estados Unidos es considerado como la federación más antigua del mundo, la cual se constituye como una república constitucional, democrática y representativa. De acuerdo a la carta magna el gobierno está dividido en tres poderes:

1. Poder ejecutivo: el presidente es el que encabeza el poder ejecutivo quien, junto con el vicepresidente es elegido en elecciones populares nacionales por un periodo de cuatro años.
Tiene la facultad de proponer a su gabinete, puede vetar los proyectos de ley y nombrar y remover a agencias de gobierno y a titulares de departamentos.

2. Poder legislativo: está conformado por el senado (cámara alta) y la cámara de representantes (cámara baja).

Su función es crear las leyes federales, aprobar tratados y administrar los fondos públicos

El senado está integrado por 100 miembros por un periodo de 6 años. Estos pueden ser reelegidos de forma ilimitada y cada estado elige dos representantes.

La cámara de representantes está constituida por 435 miembros los cuales son reelegidos de forma ilimitada y por un periodo de dos años

3. Poder judicial: el poder judicial está compuesto por la corte suprema de justicia y los tribunales de federales de distrito, en donde la corte suprema se constituye como el más alto tribunal del país y el único órgano mencionado en la constitución.

Estos tribunales se encargan de los casos relacionados con la ley federal y conflictos entre estados.

10.8. *Economía*

La economía de Estado Unidos se caracteriza por una infraestructura desarrollada, abundantes recursos naturales y alta productividad.

De acuerdo al diario el país, sección economía viernes 29 de Enero de 2010 “el producto interno bruto (PIB) de estados unidos aumento un 1,4% en el cuarto trimestre del año pasado (lo que equivale a una tasa anualizada del 5,7%), lo que supone su mayor ritmo de crecimiento de la actividad económica desde el año 2003, informa en su primera estimación el Departamento de Comercio. El fuerte crecimiento de la economía de EE UU, que en el tercer trimestre de 2009 creció un 2,2%, se debe a las contribuciones de la inversión privada en inventarios, las exportaciones y el consumo nacional, que contrarrestaron el incremento de las importaciones.”

Esto demuestra que el PIB de Estados unidos es el más grande del mundo con US\$14,4 billones de acuerdo al fondo monetario internacional

Estados Unidos se constituye como el importador de bienes más grande a nivel internacional y el tercero en el área de las exportaciones. Entre sus principales exportaciones se encuentran: suministros industriales, productos agrícolas, bienes materiales (transistores, aeronáutica, partes de automóviles, telecomunicaciones) entre otros. Y sus principales socios son: Canadá, México, China, Japón, Reino Unido y Alemania.

No existe un impuesto sobre el valor añadido IVA (excepto Michigan) pero si algunos impuestos que varían entre el 4% y el 8% sobre las ventas de bienes y servicios. Estos impuestos (SALES AND USE TAX) únicamente son aplicables en la venta al consumidor final, esto incluye a los productos que son fabricados dentro del país y aquellos que son importados.

El sector industrial (tecnología informática) conformada por la computación, telecomunicaciones y semiconductores continúa impulsando la economía de Estados Unidos lo cual refleja la alta demanda de bienes y servicios de este tipo.

10.8.1. Economía con Colombia

Es importante conocer las relaciones económicas que se tienen del país con el que se va a atender la relación comercial.

De acuerdo a datos suministrados por el ministerio de comercio, industria y turismo las importaciones para el año 2008 presentaron un crecimiento del cual el 29.8% provinieron de Estados Unidos principal proveedor de Colombia, seguido por la unión europea con una participación del 29.5% y China con el 10.7% de las importaciones Colombianas. En el 2009 las importaciones realizadas en el periodo de enero- marzo provinieron en un 59.7% de cinco países; Estados Unidos (30.6%), China (10.9%), Brasil (7.3%), México (6.7%) y Alemania (4.3%). Esto nos afirma que Estados Unidos no solo es el primer socio comercial de Colombia sino también de gran cantidad de países del mundo.

Tabla No. 12. *Exportaciones de Estados Unidos a Colombia 2005-2009*

PRODUCTOS POR (USO FINAL DEL CODIGO)	2005	2006	2007	2008	2009
(20005) Aparatos eléctricos	84,328	103,879	127,18	178,219	165,465
(21000) de perforación de pozos petroleros y equipos	153,051	205,687	337,886	517,843	287,382
(21100) los motores industriales	85,358	85,317	122,973	203,569	315,02
(21320) Semiconductores	20,465	14,153	31,726	38,677	27,094
(21500) las máquinas y equipo de negocios	27,994	42,965	85,721	67,059	46,795
TOTAL EXPORTACIONES A COLOMBIA (TOTAL PRODUCTOS)	5,462,357	6,708,604	8,557,677	11,437,270	9,451,459

FUENTE: oficina del censo de EE.UU. www.census.gov

Tabla No.13. *Balanza comercial de Colombia y Estados Unidos*

Importaciones de Colombia desde Estados Unidos (FOB)	4.554,3	5.663,8	6.534,6	8.045,5	10.740,5
Participación de las importaciones desde EE.UU en el total importado por Colombia	29,10%	28,60%	26,60%	26,10%	28,90%
Crecimiento anual %	18,20%	24,40%	15,40%	23,10%	33,50%
alanza Comercial Colombia - Estados Unidos (FOB)	2.043,3	2.815,8	3.115,6	2.327,8	3.312

Fuente: *Proexport Colombia*

De acuerdo al boletín de comercio exterior Enero- Marzo de 2009 emitido por la DIAN en Agosto de 2009 “De los 97 capítulos del arancel de aduanas, el 51.2% de las importaciones realizadas en valor CIF para el periodo enero – marzo de 2009 se concentró en seis capítulos, correspondientes a: 84 (reactores nucleares, calderas, maquinas y partes); 85 (aparatos y material eléctrico); 87 (vehículos, automóviles, tractores , partes y accesorios); 88 (aeronaves, vehículos especiales y sus partes); 29 (productos químicos orgánicos); 73 (manufactura de fundición de hierro o acero)”

Tabla No. 14. *Principales productos de exportación de Estados Unidos*

Descriptiva *	millones US\$ FOB				Participación % Ene-Jul 2010
	2008	2009	Ene-Jul 2009	Ene-Jul 2010	
Aeronaves, vehículos espaciales, y sus partes	0	69.992	40.922	38.264	6,10%
Aceites de petróleo, excepto los aceites crudos	51.251	36.464	18.922	28.526	4,50%
Vehículos concebidos principalmente para transporte de personas	46.091	26.422	12.797	19.613	3,10%
Estimación de envíos no canadienses de bajo valor de exportaciones	29.896	23.811	13.319	19.187	3,00%
Partes y accesorios de vehículos automóviles de las partidas 87.01 a 87.05	29.742	21.795	10.721	16.904	2,70%
Medicamentos, preparados para usos terapéuticos o profilácticos	18.299	21.200	13.020	12.299	2,00%
Circuitos electrónicos integrados	28.978	19.139	10.353	13.791	2,20%
Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria	17.064	17.003	9.804	10.425	1,70%
Habas de soya, incluso quebrantadas.	15.535	16.475	7.331	7.451	1,20%
Sangre humana; sangre animal preparada para usos terapéuticos, profiláctico	11.055	13.155	7.544	7.868	1,20%
Partes identificables principalmente a las máquinas o aparatos	16.739	12.674	7.877	6.811	1,10%
Oro (incluido el oro platinado) en bruto, semilabrado o en polvo	16.502	12.050	6.708	8.227	1,30%
Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos y sus un	14.665	11.588	6.517	7.025	1,10%
Teléfonos, incluidos los teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes	12.864	10.219	5.788	6.111	1,00%
Vehículos automóviles para transporte de mercancías.	12.235	9.514	4.583	7.200	1,10%
Subtotal	320.917	321.499	176.206	209.702	33,30%
Resto	848.904	615.246	342.489	419.833	66,70%
Total	1.169.821	936.745	518.695	629.535	100,00%

Fuente: *United States international trade commission (USITC)*

**descriptiva modificada por OEE, mincomercio*

De acuerdo a la oficina de análisis comercial y económico del departamento de comercio de los Estados Unidos en el estado de Florida, los productos de mayor exportación son los artículos electrónicos y ordenadores, en donde Colombia es el 4 país al que más exportan estos productos y el 5 socio comercial en el estado de Florida.

Sin embargo Florida es un exportador muy diversificado en el cual los procesadores y controladores se encuentran en el puesto No 11 y los circuitos electrónicos se encuentran en el puesto No 19.

Tabla No.15. *Productos de mayor exportación del estado de Florida a sus mayores socios comerciales*

País	Producto	%
Brasil	Ordenadores y equipo electrónicos.	36.6%
Canadá	Ordenadores y equipo electrónicos.	19.8%
México	Ordenadores y equipo electrónicos.	33.4%
Rep. Dominicana	Derivados Textiles	28.4%
Colombia	Ordenadores y equipo electrónicos	36.2%
Venezuela	Ordenadores y equipo electrónicos	28.1%
Reino Unido	Ordenadores y equipo electrónicos	26.2%
Japón	Químicos	21.9%
China	Químicos	55.8%

Fuente: *Presentado por la Oficina de Análisis Comercial y Económico del Departamento de Comercio de los Estados Unidos para el Estado de la Florida.*

nota: El % es el número convertido de la importación para el país indicado.

Tabla No.16. *Total exportaciones de EE.UU a través del estado de Florida (productos básicos)*

Rank	HS Code	Description	2006 Value	2007 Value	2008 Value	2009 Value
---	---	Total FLORIDA Exports of US Total	38,558	44,858	54,238	46,888
---	---	Total, Top 25 Commodities of State Total	9,315	13,326	20,381	18,94
1	880000	CIVILIAN AIRCRAFT, ENGINES, AND PARTS	3,093	2,66	3,453	3,552
2	711299	WASTE AND SCRAP OF PRECIOUS METAL NESOI	107	446	1,449	2,958
3	310530	DIAMMONIUM HYDROGENORTHOPHOSPHATE (DAP)	0	0	3,141	1,442
4	851712	PHONES FOR CELLULAR NTWKS OR FOR OTH WIRELESS NTWK	0	851	980	1,323
5	847330	PARTS & ACCESSORIES FOR ADP MACHINES & UNITS	2,069	1,306	1,152	1,13
6	870323	PASS VEH SPK-IG INT COM RCPR P ENG >1500 NOV 3M CC	694	971	1,536	1,038
7	847130	PORT DIGTL AUTOMATIC DATA PROCESS MACH NOT > 10 KG	509	939	1,101	914
8	851762	MACH FOR RECP/CONVR/TRANS/REGN OF VOICE/IMAGE/DATA	0	665	775	589
9	841199	GAS TURBINE PARTS NESOI	195	313	372	501
10	310540	AMMONIUM DIHYDROGENORTHOPHOSPHATE	0	0	920	426
11	854231	PROCESSORS AND CONTROLLERS, ELECTRONIC INTEG CIRCT	0	278	334	417
12	901890	INSTR & APPL F MEDICAL SURGICAL DENTAL VET, NESOI	270	347	437	415
13	852580	TELEVISION CAMERA, DIGITL CAMRA & VID CAM RECORDER	0	298	423	391
14	950410	VIDEO GAMES USED W TV RCEIVR & PTS AND ACCESSORIES	332	828	344	383
15	844399	PTS & ACC OF PRINTERS, COPIERS AND FAX MACH, NESOI	0	241	360	372
16	870324	PASS VEH SPK-IG INT COM RCPR P ENG > 3000 CC	344	496	627	371
17	847170	AUTOMATIC DATA PROCESSING STORAGE UNITS, NESOI	295	387	289	351
18	711319	JEWELRY AND PARTS THEREOF, OF OTH PRECIOUS METAL	252	187	264	333
19	854232	MEMORIES, ELECTRONIC INTEGRATED CIRCUITS	0	190	252	330
20	330300	PERFUMES AND TOILET WATERS	250	301	358	314
21	890399	YACHTS ETC FOR PLEAS/SPORT NESOI; ROW BTS, CANOES	288	369	431	312
22	844332	PRINTERS/ COPIERS/FAX MACH, NT COMB, CONNCT TO ADP	0	249	295	276
23	470321	CHEMICAL WOODPULP, SODA ETC. N DIS S BL & BL CONIF	350	387	391	269
24	851770	PTS OF PHONE SETS & OTH APP FOR THE TRANS/RECP ETC	0	332	409	269
25	870899	PARTS AND ACCESSORIES OF MOTOR VEHICLES, NESOI	267	284	290	264

Fuente: oficina de censo de EE.UU

10.8.2. Principales socios de Colombia

De acuerdo a la oficina de dirección de Impuestos y aduanas nacionales DIAN, Estados Unidos es el primer socio comercial de Colombia y el primer grupo comercial es Aladi.

Tabla No.17. *Colombia, origen de las importaciones*

Origen	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010*
Total importaciones/1	16.764	21.204	26.162	32.897	39.669	32.898	40.683
Grupos comerciales de origen							
Aladi	4.719	6.257	8.153	9.757	10.122	8.440	10.761
Comunidad Andina de Naciones	1.925	2.290	1.332	1.484	1.770	1.563	1.890
MERCOSUR	1.384	1.833	2.517	3.166	3.302	3.372	3.966
a Unión Europea	2.386	2.934	3.480	4.063	5.300	5.103	5.608
Principales países de origen							
Estados Unidos	5.085	6.006	6.920	8.569	11.437	9.456	10.477
Venezuela	1.082	1.219	1.498	1.366	1.198	563	305
México	1.044	1.757	2.291	3.073	3.126	2.298	3.857
Brasil	973	1.383	1.885	2.394	2.328	2.147	2.370
Alemania	677	774	933	1.205	1.557	1.338	1.658
Japón	649	705	945	1.231	1.153	825	1.157
España	260	333	387	456	568	442	502
China	1.055	1.617	2.219	3.327	4.549	3.715	5.477
Ecuador	412	529	697	733	810	695	835
Resto de países	5.526	6.881	8.388	10.545	12.943	11.418	14.046

Fuente: *DIAN cálculos: DANE*

10.9. *Impuestos*

Conocer los impuestos que están estipulados en el país es muy importante para toda aquella persona u empresa que desee realizar negocios en dicho país. Existe un impuesto llamado SALETAX o impuesto a las ventas el cual varía dependiendo las condiciones y el estado en el que se encuentre. El promedio de este impuesto varía entre 5% al 8.75% solo hay cinco estados que no cobran este impuesto: Alaska, Delaware, Montana, Oregon y New Hampshire. En el caso de Estados Unidos el congreso es el encargado de fijar y recaudar dichos impuestos y todos los derechos de aduana e impuestos especiales. Es por esto que ningún estado podrá fijar impuestos o derechos sobre las importaciones o exportaciones sin consentimiento del congreso.

10.10. *Idioma*

El idioma nacional pero no oficial de Estados Unidos es el inglés. Sin embargo el 12% de la población habla el español y es el que más comúnmente se aprende como segunda lengua. En estados como California es obligatoria la publicación de documentos oficiales en español. En otros estados la segunda lengua que se aprende es el francés como es el caso de Luisiana.

10.11. *Clima*

El clima en general es templado, pero varía según la región. En las regiones del norte los meses invernales presentan caídas de temperaturas fuertes llegando incluso a temperaturas bajo cero en algunos sectores. En Hawái y Florida es tropical, en el Sudoeste es árido y en las grandes llanuras del oeste semiárido.

10.12. Horarios comerciales

Las oficinas comerciales y gubernamentales funcionan normalmente 8 horas diarias, de lunes a viernes, algunos pocos abren algunas horas los días sábados. La mayoría de los bancos abren desde las 9:00am hasta las 3:00pm, las tiendas abren por lo general a las 9:00am y cierran a las 6:00pm sin embargo algunas permanecen abiertas hasta las 9:00pm de lunes a sábado y por lo general algunas muy pocas los domingos de 11:00am a 5:00pm.

10.13. Festividades

Año nuevo- primero de enero

Natalicio de Martin Luther King – tercer lunes de enero

Natalicio de George Washington – tercer lunes de febrero

Día de los caídos por la patria – ultimo lunes de mayo

Día de la independencia – 4 de julio

Día del trabajo – primer lunes de septiembre

Día del descubrimiento de América – segundo lunes de octubre.

Día de los veteranos - 11 de Noviembre

Navidad – 25 de diciembre

10.14. Religión

En principio la religión en Estados Unidos tiene fuertes raíces anglicanas (cristianas protestantes) entre los cuales predominan los protestantes, bautistas, metodistas, presbiterianos, pentecostales y episcopales. Sin embargo por ser un país con diversidad cultural y étnica se practican las distintas religiones del mundo.

11. DELIMITACIÓN DEL SECTOR DE COMPONENTES ELECTRÓNICOS EN ESTADOS UNIDOS

El sector de la industria aporta el 25% del PIB del país y anualmente emplea a un 23% de la población activa. Es por esta razón que este sector es un factor importante dentro del desarrollo del país.

Dentro de las principales industrias se encuentran los equipos de transporte, maquinaria industrial, equipos electrónicos y alimentos procesados.

La industria de los equipos electrónicos está compuesta por la manufactura de aparatos industriales eléctricos, electrodomésticos, COMPONENTES ELECTRONICOS, radio y televisión. De acuerdo a la composición del sector de la industria, la división de componentes electrónicos es la encargada de fabricar los semiconductores y todo lo relacionado con los circuitos integrados, microships, resistencias, condensadores, potenciómetros, entre otros.

Debido a que el mercado se vuelve cada día más exigente, la industria de componentes electrónicos debe realizar altas inversiones en investigación y desarrollo para responder a la demanda con nueva y avanzada tecnología.

11.1. Principales proveedores de componentes electrónicos en estados unidos.

Tabla No.18. Principales proveedores de componentes electrónicos en Estados Unidos

EMPRESA	ESTADOS	PRINCIPALES PRODUCTOS
Mouser electronics	TEXAS	Semicondutores, módulos de potencia, integrados, relays. Diferentes marcas.
Digikey corporation	MINNESOTA	Condensadores, circuitos integrados, relays, integrados, mosfets, módulos. Diferentes marcas.
Nte Electronics Inc.	NEW JERSEY	Marca propia, integrados, mosfets, reguladores, relays, condensadores, resistencias.
Newark	FORT LAUDERDALE	Semicondutores, módulos de potencia, integrados, reguladores, relays, condensadores. Diferentes marcas
Richarson electronics	ILLINOIS	Distribución de componentes electrónicos, comunicaciones inalámbricas, dispositivos electrónicos, industriales.

Fuente: *Autora*

12. PROVEEDORES EN BOGOTÁ DE COMPONENTES ELECTRÓNICOS ESPECIALIZADOS.

Bogotá cuenta con almacenes que proveen insumos electrónicos dirigidos a estudiantes o ingenieros, sin embargo no todos satisfacen las necesidades industriales ya que estos ofrecen productos comerciales y no del todo especializados, no obstante existen algunas empresas que proveen soluciones industriales, entre las empresas mas reconocidas en este medio se encuentran:

Tabla No.19. *Proveedores de componentes electrónicos en la ciudad de Bogotá*

EMPRESA	PERSONA CONTACTO	PRINCIPALES PRODUCTOS
Sigma Electrónica	Julio Manrique	Importación y distribución de componentes electrónicos de alta calidad. Conectores, circuitos integrados, displays.
Mapp. Miguel A. Peña Peña y Cia. S. en C.	Miguel Antonio Peña	Importación de semiconductores de potencia, instrumentos electrónicos, representante exclusivo para Colombia de empresas como: Semikron, Hirect, Thurlby Thandar Instruments, Vaco-Klein tools.
Betacolor Ltda	Daniel Suarez	importación y distribución de partes y repuestos electrónicos
Tekcien Ltda	Angela	adquisición de componentes electrónicos destinados a: industria, laboratorio, taller, diseño, mantenimiento, investigación y educación
MicroPicPlus	Yesid Guinard	importación, distribución y venta de componentes electrónicos de Prestigiosas empresas como: Microchip, Texas, Freescale, Analog Devices, National, entre otras.

Fuente: *Autora.*

13. TRAMITE PARA REALIZAR UNA IMPORTACIÓN

Listado de pasos según el ministerio de comercio, industria y turismo:

13.1. Registro como importador

Este registro se realiza ante la cámara y comercio, mediante el decreto 2788 del 31 de agosto de 2004 del gobierno nacional, por el cual se reglamenta el registro único tributario (RUT), el cual se constituye como el único mecanismo para ubicar, identificar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la dirección de impuestos y aduanas nacionales DIAN.

13.2. Ubicación de la subpartida arancelaria

el ente autorizado para determinar la clasificación arancelaria, según el decreto 2685/99 Art. 236 y de acuerdo a la resolución 4240/00 Art. 154 al 157 es la DIAN.

13.3. Estudio de mercado

Determinar el mercado potencial y la factibilidad económica de la importación analizando: coste de transporte, costo de producto, costos de nacionalización y demás gastos implícitos en la importación.

13.4. Identificación del producto

En este caso se tienen que tener en cuenta la subpartida arancelaria del producto a importar, consultar si el producto a importar esta sujeto a vistos buenos tales como: ICA, INVIMA, ministerio de minas, ministerio de ambiente, etc. Si el producto no esta sujeto a ninguno requisito previo no se requiere la autorización del registro de importación.

13.5. Trámite ante el ministerio de comercio, industria y turismo

En este caso no se necesita ya que la importación no requiere de autorización de registro de importación.

13.6. Procedimiento cambiario en las importaciones

Se realiza el pago a través de los intermediarios del mercado cambiario autorizado por la ley (bancos comerciales, corporaciones financieras etc.). El importador debe realizar el giro al exterior de las divisas correspondientes al pago de la importación después de haber diligenciado el formulario de declaración de cambio No 1.

13.7. Otros trámites

Verificar los términos de negociación incoterms.

13.8. Proceso de nacionalización

La liquidación de los tributos aduaneros (gravamen arancelario, IVA) se realiza a través de la declaración de importación y el pago de los impuestos se realiza ante los intermediarios financieros. Sin embargo cuando la importación sea superior a los USD1000, es necesario contratar los servicios de agencia de aduana para que realice este proceso.

Para realizar el levante y retiro de la mercancía, luego de haber cancelado los tributos aduaneros se deben presentar los siguientes documentos al depósito habilitado de aduanas donde se encuentra la mercancía, los cuales deben ser conservados por un termino de 5 años:

- Factura comercial.
- Lista de empaque
- Registro o licencia de importación si se requiere.
- Certificado de origen (según el producto y el origen).
- Declaración de importación.
- Documento de transporte (guía aérea- conocimiento de embarque)

13.9. Ubicación arancelaria

85.32 condensadores eléctricos fijos, variables o ajustables

85.33 resistencias eléctricas, excepto las de calentamiento (incluido reóstatos y potenciómetros)

85.34.00.00.00 circuitos impresos

85.35 aparatos para corte, seccionamiento, protección, derivación, empalme o conexión de circuitos eléctricos (por ejemplo: interruptores, conmutadores, cortacircuitos, pararrayos, limitadores de tensión, supresores de sobretensión transitoria, tomas de corriente y demás conectores, cajas de empalme), para una tensión superior a 1.000 voltios.

85.41 diodos, transistores y dispositivos semiconductores similares; dispositivos semiconductores fotosensibles, incluidas las células fotovoltaicas, aunque estén ensambladas en módulos o paneles; diodos emisores de luz; cristales piezoeléctricos montados.

85.42 circuitos electrónicos integrados

14. REQUERIMIENTOS DE LA IMPORTACIÓN

Es importante tener en cuenta las especificaciones de importación de los componentes ya que de esto permite conocer el conjunto de procedimientos u operaciones necesarias para el desplazamiento de los productos. Es por esta razón que se determina la forma del empaque, embalaje y transporte utilizados para la importación de componentes electrónicos desde Estados Unidos a Colombia.

14.1. *Empaque*

Para el empaque de los componentes electrónicos, es importante tener en cuenta ciertos aspectos que pueden influir en la calidad y la durabilidad de estos, tales como: condiciones ambientales, la humedad y el oxígeno, la disipación de la electricidad estática y la protección contra las descargas que se pueden generar cuando se mueve el componente dentro del paquete o cuando el material del embalaje se frota con otros.

De acuerdo al tipo de componente electrónico que se requiera importar, se utilizan diferentes tipos de empaques como:

1. Para proteger a los integrados y darles una adecuada manipulación generalmente se utilizan bolsas de polietileno estático disipativo, termosellable y reciclable, las cuales permiten minimizar el riesgo de descargas electroestáticas. Además este tipo de bolsas son acolchadas lo que favorece el cuidado de los integrados.

Figura No. 6. *Empaque componentes en bolsas de polietileno*



Fuente: Farnell components

2. Otro tipo de empaque son las cajas plásticas en la cuales se encuentra una espuma de polietileno que los protege de la estática ya que la cubierta esta bañada en carbono. Sin embargo este tipo de embalaje no permite gran cantidad de componentes.

Figura No. 7. *Empaque componentes en cajas plásticas*



Fuente: *Farnell components*

3. para otro tipo de componentes como lo son los módulos de potencia; uno de los productos más solicitados por parte del área de mantenimiento de la empresa. se requiere otra clase de empaque que por lo general son cajas forradas con espuma de PU, las cuales protegen al producto de cualquier golpe o mala manipulación. Sin embargo también es posible utilizar espuma antiestática y una caja para este tipo de producto.

Figura No. 8. *Empaque de componentes en cajas forradas con espuma PU*

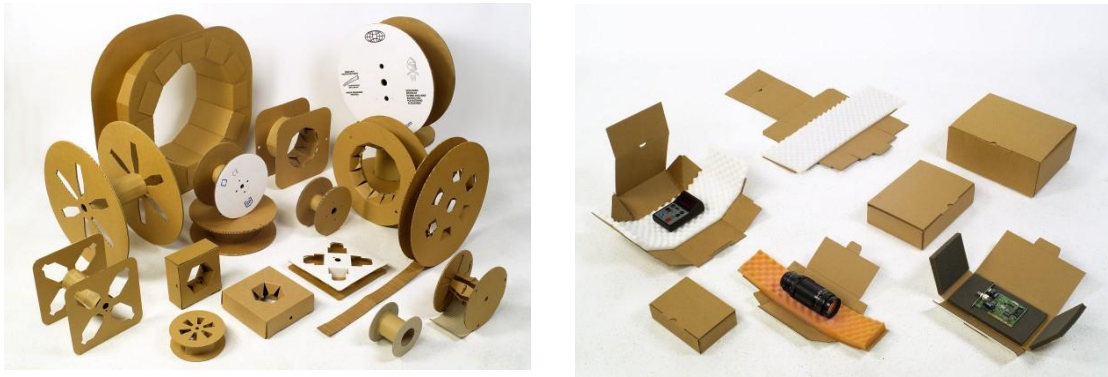


Fuente: *Farnell components*

14.2. Embalaje

El embalaje que utiliza las empresas proveedoras son cajas de cartón y carretes de cartón según el tipo de componente que se requiera.

Figura No. 9. *Embalaje componentes*



Fuente. ATE. Auxiliares técnicos de embalajes.

14.3. Transporte

Se evaluaron dos cotizaciones aéreas

Características del transporte:

- trayecto: Miami international airport - aeropuerto el Dorado
- producto: carga general no peligrosa ni extra-dimensionada.
 - módulos de potencia.
 - Variadores de velocidad.
 - Puentes rectificadores trifásicos
 - Condensadores industriales
- moneda: USD para efectos del pago se realiza de acuerdo a la TRM del día del envío de la orden de compra por parte de Asistel Ltda

14.3.1. cotización Airmar cargo S.A

Tabla. No.20. Cotización Airmar Cargo S.A

	FOB	CIF	DDP
Valor compra	5.337.150	5.337.150	5.337.150
costo transporte interno	160.114	160.114	160.114
seguro flete interno			
COSTO TRANSPORTE INTERNO	160.114	160.114	160.114
flete internacional		93.400	93.400
seguro de transporte		36.025	36.025
COSTOS INTERNACIONALES			129.425
		129.425	
elaboración declaración importación			11.000
comisión SIA			250.000
gastos varios			35.000
IVA 16%			47.360
COSTOS VARIOS			343.360
liberación guía			39.240
formulario declaración de importación			11.000
declaración importación			1.163.498
seguro interno			25.000
4x mil sobre cop \$ 1.238.738			4.954,52
NACIONALIZACIÓN			1.243.692,52
valor transporte aerop- bodegalmacenadora			19.620
valor transporte interno			85.000
transporte interno entrega			104.620
COSTOS DE TRANSPORTACIÓN	160.114		1.981.212
		289.539	
COSTOS TOTALES	5.497.264		7.318.362
		5.626.689	

Fuente: Airmar Cargo S.A

- A- La cotización se realizó en moneda colombiana (COP) de acuerdo a la tasa de cambio del día 22 de agosto de 2011 \$1.779,05.
- B- Tiempo estimado de entrega: 2 días
- C- Aerolínea: CENTURION

AIRMAR CARGO S.A se encuentra entre los 12 primeros proveedores de servicios logísticos a nivel mundial. Ofrece su servicio de transporte internacional de carga desde cualquier país del mundo. El alcance del servicio es desde puerta a puerta haciendo el seguimiento al proveedor en el país de origen hasta la entrega de la carga en Colombia en el puerto o aeropuerto e llegada y/o en destino final de la entrega. Su oficina principal en Colombia se encuentra ubicada en el barrio Normandía de Bogotá.

14.3.2. Cotización VM Cargo Service Ltda

Tabla No. 21. Cotización VM Cargo Service Ltda

	FOB	CIF	DDP
Valor Compra	5.337.150	5.337.150	5.337.150
costo transporte interno	169.009	169.009	169.009
seguro flete interno	17.750	17.750	17.750
COSTO TRANSPORTE INTERNO		186.759	186.759
	186.759		
flete internacional		98.737	98.737
seguro de transporte		44.476	44.476
COSTOS INTERNACIONALES		143.213	
			143.213
elaboración declaración importación			
comisión SIA			220.000
gastos varios			35.000
IVA 16%			40.800
COSTOS VARIOS			
			295.800
liberación guía			60.000
formulario declaración de importación			11.000
declaración importación			1.163.498
seguro interno			22.500
4x mil sobre cop \$ 1.256.998			5.027
NACIONALIZACION			1.262.025
valor transporte aerop- bodeg			25.000
almacenadora			
valor transporte interno			105.000
transporte interno entrega			130.000
COSTOS DE TRANSPORTACION	186.759	329.972	2.017.797
COSTOS TOTALES	5.523.909	5.667.122	7.354.947

Fuente: VM Cargo Service Ltda

- A. La cotización se realizó en moneda colombiana (COP) de acuerdo a la tasa de cambio del día 22 de agosto de 2011 \$1.779,05.
- B. Tiempo estimado de entrega: 2 a 3 días.
- C. Aerolínea: T.C AEROLINEA

VM CARGO SERVICES LTDA es una empresa de transporte aéreo nacional e internacional que presta sus servicios en: correo nacional e internacional, deposito habilitado para envíos urgentes por avión conexión Colombia-Europa, Colombia-EEUU, servicio de intermediación aduanera SIA, manejo de carga internacional y servicio puerta a puerta. Ubicado en el norte de Bogotá.

15. ESTUDIO FINANCIERO

15.1. Costos e inversión

15.1.1. Mano de obra

Para la vinculación del personal responsable del área se debe tener en cuenta, que cumpla con las características antes mencionadas, y el presupuesto mensual que se tiene es el siguiente:

Tabla No. 22. *Costos mano de obra*

CARGO	Sueldo base	Aux. transporte	Total devengado	Seguridad social	Aportes parafiscales	Prestaciones sociales	Total aportes	TOTAL
Jefe de importaciones	1.500.000	0	1.500.000	322.500	135.000	314.500	772.000	2.272.000
Auxiliar de importaciones	860.000	63.300	923.300	198.509	77.400	198.898	474.807	1.398.107
Total	2.160.000	63.300	2.223.300	477.509	194.400	482.730	1.154.639	3.377.939

Fuente: la autora

15.1.2. Arriendos

Para el desarrollo de las actividades se cuenta con las instalaciones de la empresa con un área de 250mts por lo cual se estima que el área que este departamento requiere es de 40mts Por lo tanto se determina el canon de arrendamiento que le corresponde a esta área.

Tabla No.23. *Arriendos*

DETALLE	MTS	VALOR
AREA CONSTRUIDA	250mts	\$ 1.500.000
VALOR CANON ARRENDAMIENTO TOTAL		\$ 1.500.000
VALOR MT	1mt	\$6.000
AREA DEP. IMPORTACIONES	40mts	\$ 240.000
VALOR ARRIENDO AREA IMPOR.		\$ 240.000

Fuente: *Datos suministrados por Asistel Ltda, resultados de investigación, febrero de 2011*

15.1.3. Servicios

Para determinar el costo de los servicios del área de importaciones, se tomara en cuenta la cantidad de personas que se ubican dentro de las instalaciones en el desarrollo de las actividades y se calcula en un horario similar con las 2 personas que se necesitan en el área de importaciones de acuerdo a la siguiente información:

Tabla No.24. *Costos servicios*

DETALLE	VR TOTAL	VR IMPORTACIONES
ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO	\$100.000	\$20.000
TELEFONOS	\$200.000	\$40.000
GAS	\$12.000	\$2.400
ENERGIA ELECTRICA	\$150.000	\$30.000
TOTAL	\$462.000	\$92.400

Fuente: *Datos suministrados por Asistel Ltda, resultados de investigación, febrero de 2011*

15.1.4. Muebles y enseres

Para el desarrollo de las actividades se requiere de algunos muebles y enseres necesarios, en la siguiente tabla se determinara la cantidad necesaria y los elementos necesarios.

Tabla No 25. *Muebles y enseres*

CANT	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	COMPUTADORES	\$ 1.200.000	\$ 2.400.000
3	SILLAS ERGONOMICAS	\$ 162.000	\$ 486.000
2	ESCRITORIOS	\$ 210.000	\$ 420.000
1	TELEFAX	\$ 230.000	\$ 230.000
1	IMPRESORA	\$ 120.000	\$ 120.000
1	ARCHIVADOR	\$ 185.000	\$ 185.000
	TOTAL		\$ 3.841.000

Fuente: *Datos suministrados por Asistel Ltda, resultados de investigación, febrero de 2011*

15.1.5. Otros

Se determinan la utilización de otros servicios de acuerdo a la cantidad de empleados que hay en la empresa y lo que van a laborar en el área de importaciones:

Tabla No. 26. *Suministros varios*

DETALLE	VALOR TOTAL	VALOR COMPRAS
ASEO Y CAFETERIA	\$100.000	\$20.000
PAPELERIA Y FOTOCOPIAS	\$80.000	\$16.000
TOTAL	\$180.000	\$36.000

Fuente: *Datos suministrados por Asistel Ltda, resultados de investigación, febrero de 2011*

16. CONCLUSIONES

La empresa pretende aprovechar la demanda actual de componentes electrónicos existente en el país abarcando un mercado que aun no ha sido explorado y que es de suma importancia para la industria colombiana.

De acuerdo al estudio realizado por medio de las encuestas se pudo determinar la necesidad de las empresas para el suministro de componentes electrónicos en el mantenimiento y reparación de su maquinaria y equipo, por esta razón Asistel Ltda ve la posibilidad de incursionar en este nuevo mercado y así generar un valor agregado en el servicio que ofrece.

Por medio de las matrices aplicadas en el estudio administrativo se puede concluir que la empresa se encuentra en un buen momento para ingresar en el mercado con este tipo de producto ya que las fortalezas y oportunidades que presenta son positivas y amplias.

Si bien existen pocas empresas ubicadas en Bogotá que realizan importación de componentes electrónicos, no todas suministran todo tipo de productos y los tiempos de entrega no son los más convenientes para la empresa ya que este requiere de rapidez y agilidad para la entrega de sus equipos.

En el desarrollo del trabajo se lograron determinar las diferentes etapas que se requieren en el proceso de implementación del área de importaciones.

17. RECOMENDACIONES

Asistel puede optar por convertirse en un distribuidor de este insumo, inicialmente supliendo el consumo propio y a mediano plazo ofertando en el mercado externo. Esta alternativa le generará ventajas comparativas que le permitirán ser más competitivo.

El área de importaciones deberá trabajar en forma conjunta con el área de mantenimiento y el gerente para la realización de las actividades que se llevaran acabo de importación y requerimiento de materiales.

Se recomienda al área de importaciones tener en cuenta que los proveedores cumplan con los requerimientos necesarios para la calidad del producto. Esto con el fin de que el consumidor final, el cual son las empresas a las que Asistel presta el servicio queden satisfechos no solo con el servicio prestado sino también con la calidad del producto que se les ofrece

BIBLIOGRAFÍA

Lista de referencias

Bernal Torres, Cesar Augusto. (2000). *Metodología de la investigación para la administración y economía*. Bogotá: Prentice hall. 2 edición

Dian, dirección de impuestos y aduanas nacionales. (2009). boletín de comercio exterior Enero- Marzo de 2009.

Mercado, Salvador H. (2004). *Comercio internacional tomo 2*. México: Limusa Editores. 6 edición.

Kalmanovitz, Salomón, (2000). *Oportunidades y riesgos de la globalización para Colombia*.

Kotler, P,; Armstrong, G,; Cámara D; Cruz, I. (2004). *Principios de marketing*. Madrid: Prentice Hall. 10 edición.

Kotler P, Armstrong G. (2003). *Fundamentos de marketing*. Madrid: Pearson. 6 edición.

Krugman, Paul R. (1999). *Economía internacional teoría y política*. Madrid: Mc. Graw Hill. 4 edición.

Stiglitz E, Joseph. (2002). *El malestar en la Globalización*. Madrid: Taurus.

Tedesco, Juan Carlos. (2000). Educación y sociedad del conocimiento y de la información. *Revista colombiana de la educación*.

Ballou, Ronald H. (1991). *Logística empresarial: control y planificación*. Madrid: Díaz de Santos.

Mateus, J. y Brasset D. (2002). *La globalización: sus efectos y bondades*. Bogota: fundación autónoma de Colombia.

Los incoterms y su uso en el comercio internacional (2008)

http://camara.ccb.org.co/documentos/3053_los_incoterms_y_su_uso_en_el_comercio_internacional2.pdf

Productos de mayor exportación del estado de Florida a sus mayores socios comerciales. [http://www.comercioexterior.ub.es/correccion/03-](http://www.comercioexterior.ub.es/correccion/03-04/florida/sectorexterior1.htm)

[04/florida/sectorexterior1.htm](http://www.comercioexterior.ub.es/correccion/03-04/florida/sectorexterior1.htm) Presentado por la Oficina de Análisis Comercial y Económico del Departamento de Comercio de los Estados Unidos para el Estado de la Florida.

Colombia, origen de las importaciones (2010)

http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=77&Itemid=56

Oficina de Estadísticas Laborales, Departamento de Trabajo de EE.UU., *Guía de Carreras de Industrias, 2010-11 Edition*, Informática y Fabricación de Productos Electrónicos. <http://www.bls.gov/oco/cg/cgs010.htm>

Sistemas de transporte interno de Estados Unidos,

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>

Ministerio de Industria, Comercio y turismo. www.mincomercio.gov.co

Enciclopedia Microsoft Encarta 2006. Microsoft Corporation 2006

Dirección de impuestos y aduanas nacionales,

www.dian.gov.co/dian/13normatividad.nsf

Diario el país, www.elpais.com.co

Oficina del censo de Estados Unidos. <http://www.census.gov/>

Pro export Colombia www.proexport.com.co

Oficina de Estadísticas Laborales, Departamento de Trabajo de EE.UU., *Guía de Carreras de Industrias, 2010-11 Edition*, Informática y Fabricación de Productos Electrónicos <http://www.bls.gov/oco/cg/cgs010.htm>

Cámara de comercio de Bogotá www.ccb.org.co

Cámara de comercio internacional www.iccwbo.org / www.iccspain.org

Ministerio del poder popular para las relaciones exteriores del gobierno bolivariano de Venezuela <http://www.embaven.org.co/Contenido/Default.aspx?id=73>

Aduana de Estados Unidos <http://www.customs.gov/>

Otras fuentes

Enciclopedia Microsoft Encarta 2006. Microsoft Corporation 2006

ANEXO No 1. ENCUESTA

ENCUESTA

La siguiente encuesta se realiza con la finalidad de determinar la necesidad de implementar el área de importaciones en la empresa.

La información que se obtenga de esta encuesta servirá como herramienta para diseñar el área de importaciones de acuerdo a la necesidad de la empresa y de sus clientes.

EMPRESA: _____

NOMBRE: _____

CARGO: _____

FAVOR DILIGENCIAR LA ENCUESTA MARCANDO CON UNA EQUIS (X) SU RESPUESTA.

1. ¿Posee su empresa un departamento, área, o sección dedicada a las compras y contrataciones?

- a. Si
- b. No

2. Si su respuesta anterior es NO, indique ¿a través de quién realizan las compras de la empresa?.

3. ¿Realizan importaciones?

- a. Si
- b. No

4. Si su respuesta anterior es SI, señale los países de origen de los productos que importan.

- a. Estados Unidos
- b. China
- c. Brasil
- d. Europa
- e. Otros ¿cuáles

5. De acuerdo a lo solicitado por el área de mantenimiento, cuales son los componentes electrónicos y eléctricos que mas requieren?

6. ¿Ha encontrado fácilmente este tipo de componentes?

- a. siempre
- b. algunas veces
- c. nunca

7. Si su respuesta anterior es algunas veces o nunca, indique ¿a donde se dirige para localizar esos productos?

- a. Almacenes locales
- b. Almacenes nacionales
- c. Almacenes internacionales
- d. Intermediarios.

8. ¿Con qué frecuencia recurre a la compra de componentes?
- a. Diario
 - b. Semanal
 - c. Quincenal
 - d. Mensual
 - e. No tengo un tiempo de compra definido
 - f. Otro ¿Cuál? _____
9. ¿Las empresas encargadas de la reparación o mantenimiento de sus maquinas, además de prestarles el servicio le facilitan el suministro de los componentes necesarios para su buen funcionamiento?
- a. Todas
 - b. Algunas
 - c. Muy pocas
 - d. Ninguna
10. ¿Estaría interesado en que Asistel además de prestarle el servicio de reparación, le suministrara los componentes que requieran ustedes, aun si no hace parte ninguna reparación por parte de la compañía?
- a. Si
 - b. No
 - c. Indiferente
 - d. Ya tenemos nuestro proveedor.
11. ¿Qué elementos toman en cuenta para la evaluación de las ofertas?
- a. Calidad
 - b. Precio
 - c. Cumplimiento
 - d. antecedentes de la empresa
 - e. plazo de entrega.

AGRADECEMOS SU COLABORACIÓN