

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE
INTERMEDIACIÓN ADUANERA

AGENCIA DE ADUANAS GLOBAL GROUP S.A.S NIVEL 2

MARIANELLA MESA BEJARANO



UNIVERSIDAD DEL VALLE

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2011

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE
INTERMEDIACIÓN ADUANERA

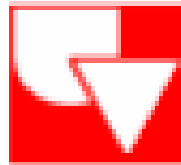
AGENCIA DE ADUANAS GLOBAL GROUP S. A. S NIVEL 2

MARIANELLA MESA BEJARANO

TRABAJO DE GRADO

ING. GUILLERMO GAMBOA PUERTAS

DIRECTOR



UNIVERSIDAD DEL VALLE

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2011

Nota de Aceptación

Firma del presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Santiago de Cali, 15 de febrero 2011

DEDICATORIA

Santiago de Cali, Febrero 2011 Dedico a Dios este proyecto y carrera universitaria, por ser él quien ha estado siempre y en todo instante dándome los impulsos necesarios para seguir adelante batallando todos los días de mi vida y dejando de lado todas aquellas barreras que se me han presentado a lo largo del camino y por haberme puesto en mi vida, aquellas personas quienes me han servido de apoyo durante todo este proceso académico, a mis padres quienes me apoyaron cada uno a su manera para seguir por los sendas de la formación profesional, a nunca decaer sin importar las adversidades para así lograr alcanzar esta meta.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme la fuerza necesaria en los instantes que más lo necesite para poder terminar mi formación profesional. A las Agencias de Aduanas que me brindaron Información legal y Aduanera para contribuir con el proyecto de creación de empresa. Por su apoyo y colaboración el más grato agradecimiento para mi familia. A mi madre, por creer en mí y darme su apoyo en todos los momentos de mi vida por su es fuerza en formar un persona de bien y ayudarme a alcanzar mis metas académicas, por enseñarme que todo se aprende y que al final sí todo se hacen por el camino correcto tiene pequeñas recompensas. A mi padre, por su respaldo, comprensión y apoyo para llegar hasta este logro, a mis hermanos por estar siempre insistiendo en mi superación y terminación de mi formación profesional.

CONTENIDO

Pág.

RESUMEN EJECUTIVO	1
1. EL PROBLEMA	3
1.1 Antecedentes	3
1.2 Planteamiento del Problema	6
1.3 Formulación del problema	7
1.4 Sistematización del Problema	8
2. OBJETIVOS.....	10
2.1 Objetivo General	10
2.2 Objetivos Específicos	10
3. JUSTIFICACIÓN.....	12
4. METODOLOGÍA.....	15
4.1 Tipo de Investigación	15
4.2 Método de Investigación	15
4.3 Fuentes y Técnicas de Recolección de la Información	16
5. MARCO DE REFERENCIA	17
5.1 Marco Teórico	17
5.1.1 Emprendimiento.....	17
5.1.2 Negocios Internacionales.....	19
5.1.3 Calidad del Servicio	22
5.1.4 Investigación de Mercados	25
5.2 Marco Conceptual	27
5.3 Marco Contextual	33
6. ANÁLISIS DE ENTORNOS DEL SECTOR.....	43
6.1Entorno Demográfico	43

6.2 Entorno Economico	45
6.3 Entorno Social	48
6.4 Entorno Político.....	50
6.5Entorno Jurídico.....	52
6.6Entorno Tecnológico.....	54
7. ANÁLISIS DEL SECTOR Y SUBSECTOR	56
7.1 Análisis del Sector	56
7.2 Evolución del Sector	58
7.3 Análisis del Subsector	61
7.4 Evolución del Subsector.....	63
8. ESTUDIO DE MERCADO.....	70
8.1 Investigación de Mercados.....	70
8.2 Estrategia de Mercados	85
8.3. Proyecciones de Ventas	95
9. ANÁLISIS TÉCNICO	97
9.1 Operación.....	97
9.1.1 Ficha Técnica del Servicio	97
9.1.2 Descripción del proceso.....	98
9.1.3Plan de Producción.....	102
9.1.4 Distribución de Planta (oficina)	103
9.2 Plan de Compras	104
10. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.....	105
10.1 Estrategia Organizacional	105
10.2 Estructura Organizacional.....	113
10.2.1 Nombre de los cargos.....	114
10.2.3 Perfil Ocupacional de los Cargos.....	115
10.3 Recurso Humano (personal)	143
10.3.1. Reclutamiento.....	143
10.3.2. Selección	143
10.3.3. Contratación	144

10.4 Aspectos legales	144
10.4.1 Constitución Empresa.....	145
10.4.2 Aspectos Legales	146
10.5Costos administrativos	159
11. ANÁLISISECONÓMICO Y FINANCIERO	161
11.1 Estados Financieros	161
11.1.1 Balance General	161
11.1.2 Estado de Resultados.....	162
11.1.3Flujo de Efectivo	163
11.1.4 Razones Financieras	164
12. IMPACTO DEL PROYECTO	165
13. CONCLUSIONES	166
14. RECOMENDACIONES	168
15. BIBLIOGRAFÍA	169
16. ANEXOS	172

LISTA DE GRAFICAS

Pág.

GRAFICA 1.....	44
GRAFICA 2.....	44
GRAFICA 3.....	45
GRAFICA 4.....	45
GRAFICA 5.....	49

RESUMEN EJECUTIVO

En este mundo globalizado donde las fronteras no han limitado el intercambio de bienes y servicios, es preciso estar siempre a la iniciativa y llevar a cabo, proyectos que contribuyan a que todas aquellas medianas y pequeñas empresa crezcan y se fortalezcan en un mercado competitivo.

Con la puesta en marcha de la agencia de aduanas Global Group S.A.S se busca prestar a las empresas, servicios de alta calidad, confiabilidad y agilidad. Creando así una imagen favorable ante los clientes, que haga que ellos nos escojan para prestar los servicios.

La empresa Global Group prestara servicios de comercio exterior; importaciones, exportaciones, trámites aduaneros, registros y asesoría aduanera. Las pequeñas y medianas empresas que se dediquen a importar o exportar ya sean materias primas, insumos, mercancías, productos y/o servicios podrán contar con Global Group para que una manera rápida y segura realice la nacionalización de los productos.

Cada día surgen y crecen empresas que se dedican a comercializar mercancías y productos provenientes de otros países, sociedades catalogadas nacionalmente como pequeñas y medianas empresas siendo estas la clave para la puesta en marcha de una agencia de aduanas enfocada en suplir las necesidades que estos posible clientes puedan tener en los trámites aduaneros. Para conseguir este mercado se establecieron estrategias de marketing que hará que se llegue a los potenciales clientes.

Se efectuó un análisis administrativo acerca de las amenazas y oportunidades, e igualmente se realizó la estructura organizacional. Glogal Group deberá contar con personal que tenga experiencia, conocimientos en el régimen aduanero y formación en comercio internacional para los cuales se establecieron perfiles ocupacionales.

Según las proyecciones en ventas para el primer año habrá ingresos de \$734.000.000 de pesos que pueden incrementarse de acuerdo al acrecentamiento en los servicios prestados. Para el funcionamiento del proyecto se debe tener un patrimonio de \$438.200.000 de pesos para la constitución de la agencia de aduanas y se debe hacer una inversión de \$107.000.000 de pesos en equipos y adecuaciones y otros que harán que la empresa preste un excelente servicio a sus clientes.

0. INTRODUCCIÓN

Con la escogencia de la modalidad de trabajo de grado, creación de empresas, se pretende instaurar la idea de negocio. Agencia de Aduanas Global Group S.A.S quien será una empresa de agenciamiento aduanero, que ofrece soluciones relacionadas con el comercio exterior basadas en la efectividad del servicio y en la satisfacción del cliente. El agenciamiento aduanero es el principal servicio que Global Group ofrecerá en el portafolio y se considerara como el principal debido a que con la experiencia en este tema se abrirán las puertas y se atraerá empresas usuarias brindando un excelente servicio para crear una percepción positiva frente al servicio ofrecido, logrando una integración con los demás servicios a ofrecer como lo son la asesoría aduanera, y el trámite de registros.

Según el Decreto 2685 de 1999 presenta la siguiente definición: “La intermediación aduanera entendida como la actividad de naturaleza mercantil y de servicios para actuar ante la Dirección e Impuestos y Aduanas Nacionales en los regímenes aduaneros de importación, exportación y tránsito aduanero y en los procedimientos inherentes a la operación aduanera”¹.

Actualmente en Colombia existen ciertos parámetros que rigen la intermediación aduanera y la posibilidad de llevar a cabo esta actividad, sin embargo antes de convertirse en una restricción para el ejercicio de la misma, se convierte en una exigencia que favorece a la actividad del comercio exterior y a la constante preparación y crecimiento de las Agencias de Aduanas en Colombia. De acuerdo a esta situación se presenta un sector altamente competitivo en el cual las empresas de la competencia cumplen con todos los requisitos para desempeñarse como Agencias de Aduanas, para la cual Global Group constituirá como elemento diferenciador *“El Servicio al Cliente”*

Este trabajo de grado tiene como objetivo crear una empresa dedicada a la prestación de servicios aduaneros, con el fin de establecer la estrategia en la cual los objetivos de la organización estarán direccionados a la creación de una cultura orientada hacia la satisfacción total del cliente. Al final de este proyecto se espera contar con una propuesta que establezca lineamientos claros para llevar a cabo este plan de negocio.

¹ESTATUTO ADUANERO COLOMBIANO. Decreto 2685 del 28 de Diciembre de 1999. Art. 12

1. EL PROBLEMA

1.1 Antecedentes

El comercio internacional es la rama de la economía que se ocupa del intercambio de bienes y servicios con otros países. Si bien se trata de un tema complejo, que abarca lo relacionado con la compra y venta de productos y/o servicios entre un país que vende y otro que compra, teniendo en cuenta las normas de Comercio Exterior que establece el Gobierno de cada país.

Los orígenes del comercio se remontan a muchos siglos atrás, teniendo como origen la agricultura. Al comienzo, la agricultura que se practicaba era para la subsistencia, donde las cosechas obtenidas eran las justas para la población dedicada a los asuntos agrícolas.

De este modo es como empieza el surgimiento del comercio, tomando en cuenta dos factores importantes:

- ✓ Las cosechas obtenidas eran mayores que la necesaria para la subsistencia de la comunidad.
- ✓ No era necesario que toda la comunidad se dedicara solamente a la agricultura, por lo tanto parte de la población empezó a especializarse en otras actividades como la alfarería, la siderurgia, lo que conllevó a excedentes en las cosechas, los cuales comenzaron a intercambiar con otras comunidades que no producían, por otros bienes.

Se puede considerar que el origen del Comercio Internacional se encuentra relacionado con el intercambio de riquezas o productos de países tropicales por productos de zonas templadas o frías. Conforme se fueron sucediendo las mejoras en el sistema de transporte y los efectos del industrialismo fueron mayores, el comercio internacional fue cada vez mayor debido al incremento de las corrientes de capital y servicios en las zonas más atrasadas en su desarrollo².

Francisco Aguirre (2005) dijo: “El comercio internacional se ha desarrollado históricamente en torno a los mercados de las metrópolis, de manera que las

²CABALLEROS MIGUEZ, Iria PADIN FABEIRO, Carmen. Comercio Internacional. Una Visión General de los Instrumentos Operativos del comercio Exterior. Primera Edición. Ideas propias Editorial. 2006, 4 pág.

colonias empezaron a producir desde hace más de cuatro siglos aquello que demandaban los consumidores en los centros europeos y norteamericanos”³.

Este comercio primitivo, no solo supuso un intercambio local de bienes y alimentos, sino también un intercambio global de innovaciones científicas y tecnológicas, entre otros, el trabajo en hierro, el trabajo en bronce, la rueda, el torno, la navegación, la escritura, nuevas formas de urbanismo, entre muchos otros avances y desarrollos que ha realizado el hombre en su evolución. Además del intercambio de innovaciones, el comercio, también propició un paulatino cambio de las sociedades. Ahora la riqueza podía almacenarse e intercambiarse⁴.

El Régimen Cambiario define al comercio internacional como el conjunto de transacciones comerciales realizadas entre privados, residentes en distintos países. A diferencia del comercio interior, donde las transacciones comerciales se efectúan dentro de un espacio económico, monetario y jurídico relativamente homogéneo, las transacciones comerciales internacionales se realizan entre operadores comerciales privados situados en diferentes ordenamientos jurídicos y con acentuadas diferencias económicas y sociales. Es decir que se define como comercio internacional al intercambio de bienes, productos y servicios que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países⁵.

Al analizar la economía se debe revisar la dimensión que trasciende las fronteras de un país, es decir, la que aborda los problemas económicos con fines internacionales. La relevancia que tienen las relaciones internacionales en el campo comercial, político o cultural ha alcanzado, a nivel mundial, un profundo significado, a tal grado que no se puede hablar tan sólo de intercambio de bienes sino de programas de integración.

³ AGUIRRE, Francisco. Antecedentes del comercio justo [En línea]. <http://www.vinculando.org/comerciojusto/.../antecedentes_comercio_justo.html> [citado en 29 noviembre de 2005]

⁴CABALLEROS MIGUEZ, Iria PADIN FABEIRO, Carmen. Comercio Internacional. Una Visión General de los Instrumentos Operativos del comercio Exterior. Primera Edición. Ideas propias Editorial. 2006, 4 pág.

⁵STAMPA Gonzalo. El Comercio Internacional [En línea]. <<http://vlex.com/vid/denominada-lex-mercatoria-caracteristicas-57740106>>[citado en 18 marzo de 2009]

La economía internacional enmarca el estudio de los problemas que plantea las transacciones económicas internacionales, por ende cuando se habla de economía internacional, se debe vincular los factores del comercio internacional.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia define:

El Sector Comercio Exterior está integrado por el conjunto de organismos de carácter público que participan en el diseño y ejecución de la política de comercio exterior de bienes, servicios y tecnología y por las instituciones de carácter privado o mixto que desarrollan actividades de comercio exterior o relacionadas con éste. Las entidades que pertenecen al sector ejercen sus funciones de acuerdo con la política formulada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo⁶.

Cada día aumenta la intervención del Estado, en el control del ingreso y salida de mercancías en el país, pues considera el agenciamiento aduanero como un instrumento idóneo para controlar la evasión de Impuestos, el contrabando, el lavado y violaciones del régimen cambiario, aduanero y de comercio exterior. Por esto las empresas dedicadas al agenciamiento aduanero son las intermediarias para la legalidad del comercio internacional entre el gobierno y las sociedades jurídicas y naturales.

Las Pequeñas y Medianas Empresas

El sector financiero, el gobierno, y el sector privado, han dirigido sus estrategias de apoyo y promoción de sus servicios hacia el sector de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), al darse cuenta que es en este sector empresarial donde se puede tener el apoyo para alcanzar un acelerado crecimiento de la economía de la región y aunque siempre se habían considerado importantes, hoy han llegado a ser imprescindibles al proyectarse como una de las mejores opciones de la economía Colombiana. Aunque todavía no están fortalecidas totalmente en el ámbito del mercado internacional, la productividad y la competitividad.

⁶ Viceministerio de Comercio Exterior. Comercio Exterior [En línea]. <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/NewsDetail.asp?ID=6912&IDCompany=7>[citado en 18 marzo de 2009]

Las PYMES reúnen el 70% de los principales centros operativos del país: Cundinamarca, Antioquia, Valle y Atlántico. La actividad empresarial colombiana en el año 2011 registró un crecimiento notable entre enero y noviembre, se crearon 227.555 nuevas empresas en el país, lo que representa un aumento de 6,7 por ciento frente al año 2010. Como se observa las pymes representa significativamente a la economía Colombiana lo que hace que sean empresas con proyección y crecimiento.

1.2 Planteamiento del Problema

En la actualidad, las organizaciones se ven enfrentadas a un mundo totalmente cambiante en el que se imponen nuevas tendencias y todo se constituye en un verdadero reto. Es así como, a través de los años, la historia muestra la evolución del individuo y del mundo que lo rodea; un sinnúmero de avances económicos, políticos, sociales, tecnológicos y culturales entre otros, que exigen una mentalidad de cambio y actitud de renovación constante.

La relevancia del comercio internacional se puede medir por el volumen de mercancía exportada, para el crecimiento de un país o por la cantidad de mercancía importada que ha ido creciendo en cantidad absoluta y respecto a la producción industrial y agrícola, y por el grado de interdependencia de las economías mundiales. Además, el comercio internacional es un sustituto a la movilidad de los recursos. Finalmente, también afecta a los precios internos, al nivel de empleo, la inversión, el desarrollo del país y a todas las acciones políticas del gobierno en lo que respecta a esta materia⁷.

En Colombia de acuerdo a la reglamentación aduanera, es primordial contar con empresas dedicadas a servicios de agenciamiento aduanero, debido a que los requisitos y procedimientos que se utilizan para la nacionalización de mercancía, son de uso exclusivo de la agencias, empresas mercantiles autorizadas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, establecidas en el Decreto 2883 del 2008. Las posiciones arancelarias, y las normas legales en cuanto a los proceso de nacionalización, al tipo de productos y mercancías a nacionalizar son algunos aspectos en los cuales la agencias de aduanas son especialistas.

⁷ CAMPOS, Gabriel. Importancia del Comercio Internacional [En línea]. <[http:// www.gabriel-campos-com18.nireblog.com](http://www.gabriel-campos-com18.nireblog.com)>[citado en 17 abril de 2008]

Lograr brindar un servicio de agenciamiento aduanero a las pequeñas y medianas empresas de Cali y el Valle del Cauca, y no solo un servicio si no un excelente servicio con agilidad, compromiso, diligenciamiento oportuno y sobre todo con calidad determinara el crecimiento y la viabilidad de prestar los servicios de intermediación aduanera a todas aquellas pymes que comercializan, producen, bienes o servicios para el funcionamiento de la economía no solo a nivel local sino a nivel nacional, por tal razón establecer una empresa que se dedique a prestar servicios relacionados con comercio exterior, brindara legalidad y bienestar para aquellos usuarios del servicio.

Importar, exportar y realizar tramites aduaneros, son actividades propias de las agencia de aduanas de acuerdo al estatuto aduanero Colombiano. En Colombia por ley todos la empresas grandes, medianas o pequeñas y si están creadas como importadoras o exportadoras de productos o servicios requieren realizan los procesos de nacionalización o tramites a través de las agencia autorizadas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN.

En el mercado existen empresas dedicadas a el agenciamiento aduanero, las cuales se centran en realizar el servicio a multinacionales y grandes compañías, que manejan volúmenes de productos, pero existen un porcentaje importante de empresas medianas y pequeñas que muchas veces deben esperar para que las agencias realicen sus procesos de nacionalización o tramites aduaneros, es decir que descuidan estos clientes que requieren del servicio. Es por eso que el proyecto de creación de una agencia de aduanas esta enfocado a las pymes, y en prestar un servicio de calidad. Donde se pueda brindar de manera oportuna los procesos de importación y exportación de las empresas.

1.3 Formulación del problema

¿Es viable crear una empresa dedicada a la prestación de servicios de agenciamiento aduanero, trámites y asesoría aduanera, en el Valle del Cauca – Colombia?

1.4 Sistematización del Problema

Área Administrativa

¿La dirección de Global Group, se encuentra enfocada al servicio que pretende brindar?

¿Se conoce acerca de los temas legales que enmarca la actividad de agenciamiento aduanero?

¿Se establecerán políticas claras acerca de los procesos a realizar en la empresa?

¿Se realizara planeación de las actividades que llevará a cabo cada área de la empresa?

Área de Mercadeo

¿Se tiene el suficiente conocimiento y experticia en el área de comercio internacional?

¿Cuáles pueden ser los momentos de verdad identificados por los clientes a la hora de prestar los servicios?

¿Se cuenta con las suficientes técnicas para entrar en el comercio?

¿Cuáles serán las estrategias que se llevaran a cabo para la captación de clientes potenciales?

Área de Finanzas

¿Se cuenta con un capital inicial para el funcionamiento de la empresa?

¿Cómo se conseguirán los recursos financieros para el funcionamiento de la empresa?

¿Se contará con los suficientes ingresos operacionales para el sostenimiento de la empresa?

¿Se prestaran los suficientes servicios al mes, para cubrir los costos y gastos?

Área de Recursos Humanos

¿Se cuenta con el personal idóneo para poner en práctica el desarrollo de las actividades en caminadas al funcionamiento legal?

¿Se contara con la técnica adecuada para la selección de personal?

¿Se concertara el personal de acuerdo por el perfil establecido para cada cargo?

¿Se dará capacitación al personal contratado para mejor su desempeño laboral?

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Establecer la viabilidad de crear una empresa dedicada a la prestación de servicios de agenciamiento aduanero, trámites y asesoría aduanera, en el Valle del Cauca - Colombia

2.2 Objetivos Específicos

- ✓ Plantear un marco teórico que determine información relacionada con el desarrollo del proyecto.
- ✓ Realizar análisis de entornos para establecer el panorama del contexto económico, social, demográfico, político, tecnológico del país, que puede influir positiva o negativamente en el proyecto.
- ✓ Realizar investigación del sector y el subsector, la evolución y el análisis, al cual pertenece la idea de negocio.
- ✓ Diseñar estrategia organizacional a través del análisis de DOFA de la idea de negocio, establecer la estructura organizacional y aspectos legales para el funcionamiento del proyecto.
- ✓ Realizar estudio del mercado, mediante la investigación y estrategias planteadas para el desarrollo del proyecto.
- ✓ Establecer análisis de la operación mediante la ficha técnica del servicio, descripción del proceso, para la puesta en marcha del proyecto.

- ✓ Realizar análisis financiero que determine las fuentes de financiación, los costos de la puesta en marcha y el capital del trabajo necesario para la operación de la empresa.

3. JUSTIFICACIÓN

Durante el transcurso del tiempo, y en el desarrollo del trabajo diario, se motiva la creación de una empresa dedicada a prestar servicios de agenciamiento aduanero, con distinción en el servicio al cliente. Actualmente el impulso de ser gestores de nuevas empresas manufacturas o de servicios que contribuyan al desarrollo del país es importante debido a que en:

Colombia al igual que otras naciones es un país donde se importan y se exportan diferentes productos y servicios, en la actualidad y con la globalización los países tienen una gran demanda de productos, como materias primas, suministros, alimentos, bebidas entre muchos que deben pasar por un proceso para ser comprados o vendidos a otros países. Para realizar la compra y venta de productos con el exterior las personas jurídicas y naturales deben contratar compañías que realicen el transporte, el bodegaje y la nacionalización de los productos y/o servicios, que pretenden importar o exportar, debido a que estas no tienen la capacidad ni la especialización en temas relacionados con el Comercio Exterior. Y Actualmente la tercerización es un elemento fundamental en el crecimiento y el éxito que logran las empresas colombianas.

Crear empresa, es una forma de llevar a cabo ideas o proyectos, que ayuden a mejorar y a retribuir la economía de la región donde la nueva empresa, realizará su actividad económica, y no solo al de la región sino a la del país, es por esto que para presentar la viabilidad de crear una empresa dedicada al agenciamiento aduanero se hará realizando tres enfoques principales el primero está relacionado con la parte académica, el segundo con la parte profesional y por ultimo con la parte organizacional

✓ Ámbito Académico

Establecer proyectos que guíen a la creación de empresas, es de gran utilidad para todos los actuales y futuros estudiantes, principalmente de carreras administrativas, para fomentarles la iniciativa de ser sus propios jefes, tener el mando y el poder, establecer sus propias estrategias, y planeación de las actividades a realizar, brindar bienestar propio y a la comunidad en general.

Desde el punto de vista educativo la creación de empresa es un manera de llevar a cabo la culminación de cinco años de formación en los diferentes temas administrativos como son, las teorías administrativas, los modelos administrativos

y otras temas relacionados con áreas afines a la administración como son la estadística, los costos, el comercio exterior, los negocios internacionales , y las demás ramas que de una u otra manera están involucradas en la base de la administración que son:

- Planificar
- Hacer
- Verificar
- Actuar

✓ **Ámbito Profesional**

Fomentar la creación de empresa y colocar en ejecución una idea de negocio, es fundamental para el crecimiento profesional de la persona que coloca en práctica, el funcionamiento de cualquier empresa, es decir colocar en marcha alguna actividad económica en los diferentes sectores de la economía, con ello no solo mejora su calidad de vida, sino que ayuda a mejorar la calidad de vida de las personas con las que cuenta para producir un producto o prestar un servicio.

✓ **Ámbito Organizacional**

En la parte organizacional, las empresas, son la fuente para que exista una dinámica en la economía, no solo en Colombia sino a nivel mundial, pues las organizaciones, son aquellas que hacen que funcionen los diferentes sectores de la economía como; el agrícola, el ganadero, el minero entre otros y todo lo relacionado con la transformación de materias primas en producto terminado o con la comercialización y servicios en general que las organizaciones pueden brindar a otras empresas para un buen funcionamiento de las misma.

✓ **Ámbito Social**

Brindar satisfacción a la sociedad es una de los principales beneficios que puede ofrecer realizar un proyecto encaminado a la creación de empresas, debido a que se puede brindar empleos, desarrollo económico del sector del cual se cree la

empresa, en el caso se involucrara con todo el sector del comercio internacional especializado en aduanas.

✓ **Ámbito Personal**

En el desarrollo de los seres humanos como personas racionales que buscan el mejoramiento de su calidad de vida, se pasa por procesos de formación que orientan hacia satisfacer las necesidades fisiológicas, psicológicas y de mejoramiento de los estilos de vida, por tal razón cuando una persona realiza proyectos en general, y proyectos de creación de empresa, cumple con aquellos factores indispensable para su desarrollo personal y profesional y en el de los demás, ya que presta beneficios a otras personas y en general al crecimiento económico nacional.

4. METODOLOGÍA

Para llevar a cabo la selección de la información requerida para analizar la viabilidad de crear una empresa que preste los servicios de intermediación aduanera se ha tenido en cuenta las bases metodológicas, donde se podrá mostrar cuales son los factores que brindaran que esta idea de negocio se lleve a cabo.

A continuación se plantea la metodología utilizada para lograr los objetivos planteados en el plan de trabajo.

4.1 Tipo de Investigación

Con la Investigación se pretende examinar la viabilidad de la idea de negocio, se plantea un estudio descriptivo que se asemeja a la necesidad específicas del plan de negocio como son características de la investigación que guie la idea hacia su ejecución. La investigación esta encaminada aquellas características, conductas, que ayuden a la asociación de las variable de la investigación. Conocer el cliente y la competencia son factores relevantes en el camino a establecer un plan de negocio, con esto se podrá diseñar, desarrollar e implementar una empresa, sosteniendo su éxito a lo largo del tiempo, teniendo presente nuevas estrategias con relación al mercado. Con el estudio descriptivo del plan de negocio se podrá analizar la viabilidad de la idea de negocio de acuerdo al objeto de la investigación. Para tal fin se utilizaran técnicas de recolección de información acordes para el procesamiento de la misma.

4.2 Método de Investigación

En la realización de esta investigación se utilizo el método deductivo, para tener explicaciones claras acerca del objeto de estudio. Según su definición se busca desde situaciones generales, explicar eventos particulares, que se encuentran indudablemente en una situación general. Se investigo acerca del comercio Internacional, su influencia en el adelanto de la económica en general y su importancia para el desarrollo del plan de negocio. Se muestra al comercio exterior e internacional como clave para el funcionamiento de una agencia de aduanas. Logrando así mostrar, de manera objetiva la idea de negocio.

4.3 Fuentes y Técnicas de Recolección de la Información

4.3.1 Fuentes de Información.

Fuentes Primarias

- Entrevista con Gerentes de empresas dedicadas al agenciamiento aduanero en Santiago de Cali.
- Encuesta a Empresarios de pequeñas y medianas empresas de diferentes sectores, que requieran de procesos de importación, exportación o de asesoría y tramites aduaneros.

Fuentes Secundarias

- Legislación aduanera Colombiana.
- Revistas y artículos especializadas en economía y negocios internacionales
- Artículos y publicaciones de entes estatales como: Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Banco de la República, Proexport, Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales, entre otros.
- Libros de Administración, comercio exterior y temas afines como: economía
- Información web relacionada con comercio exterior, economía, comercio internacional, entre otros temas afines.

4.3.2 Técnicas para la recolección de la información.

Para la recolección de información se utilizo dos tipos de técnicas

Encuesta: Se realizaron encuestas telefónicas, personales, en la cuales se tenía como objeto conocer los puntos de vista de las empresas que directamente tienen relación con proceso de comercio exterior, ya sean empresas del sector primario, secundario o terciario de la economía.

Observación: Se realizo visita a empresas dedicadas a la intermediación aduanera, y almacenamiento de mercancías que ingresaran o saldrán del país, desde la jurisdicción aduanera de Santiago de Cali. Para obtener información acerca de sus procesos, desempeño del personal, y las relaciones con sus clientes.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1 Marco Teórico

5.1.1 Emprendimiento

a. En qué Consiste

Emprender viene de tener ideas nuevas o innovadoras o solamente, la aptitud de generar ingresos para mejorar el bienestar propio.

Para los emprendedores la innovación es un instrumento específico, pues así se puede evidenciar el cambio como una oportunidad de negocio diferente. Un emprendedor siempre busca fuentes de innovación que le permita identificar las oportunidades en momentos de cambio para que esta manera el negocio tenga éxito, el emprendedor siempre está creando algo nuevo.

Definición de Emprendimiento

La palabra “emprendimiento” se deriva del término francés *entrepreneur*, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo.

Joseph Alois Schumpeter (1883-1950), economista austriaco, profesor de Harvard, referencia por primera vez el término *entrepreneur* para referirse a aquellos individuos emprendedores y empresarios que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados de bienes y servicios.

Para Rafael Amit (1997), las investigaciones de percepciones de los ejecutivos describen el emprendimiento o espíritu emprendedor con términos como innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento. Los libros sobre *management* generalmente definen el término como la capacidad de iniciar y operar nuevas empresas, en la cual la visión es reforzada por autores como Brook (1968), Bennis y Nanus (1985) y Mintzberg et al. (1999).

b. Pasos de Implementación

La realidad es diferente para los grandes emprendedores es por ello que se facilita la extraordinaria implementación de innovación que les da notoriedad.

Todo emprendedor que desee llevar a cabo una idea de negocio deberá tener en cuenta algunos agentes como son la competitividad y los factores de éxito.

Toda idea de negocio debe estar direccionada por el plan de negocio que comprende los siguientes puntos básicos.

- ✓ Consolidación de la oportunidad
- ✓ Análisis de Mercado
- ✓ Análisis Técnico
- ✓ Análisis Organizacional
- ✓ Análisis Financiero

En conclusión una vez sea haya aceptado el plan de negocio todo emprendedor deberá sostenerse en el mercado y para ello debe tener en cuenta las siguientes factores de éxito

- ✓ Claridad de objetivos
- ✓ Conocer el negocio
- ✓ Diferenciarse
- ✓ Orientarse al mercado
- ✓ Planificar

c. Implicación

El emprendimiento es un área que se está difundiendo en la formación de los profesionales universitarios no solo en áreas administrativas y afines, sino en otras del conocimiento, ya que la creación de empresas depende de la innovación y

emprendimiento que tenga el emprendedor de una idea para llevarla a cabo. Por ende el emprendiendo tiene implicaciones positivas no solo para la persona que forja la idea, sino también para la sociedad en general, pues se está formando el bienestar de la comunidad.

Beneficios

- ✓ Mayor intensidad de trabajo con relación a las grandes empresas
- ✓ Mejor aprovechamiento de los talentos y energía individual
- ✓ Mayor relación entre empleo ofrecido y capital invertido
- ✓ Los empleados son más independientes
- ✓ Explotan parte del mercado que no es atractivo para las grandes empresas

5.1.2 Negocios Internacionales

a. En qué Consiste

Durante los años recientes, se han registrado cambios radicales en el mundo económico, los cuales han transformado la naturaleza y la forma en que se desarrollan el comercio y los negocios Internacionales. Los efectos del vertiginoso desarrollo de la economía China, la Importancia de los avances de la Unión Europea, las rápidas transformaciones de las economías de Rusia, la Europa central, la consolidación del NAFTA(Estados Unidos, Canadá y México), el impacto del Japón y los países del sudeste asiático y más cercanos a nosotros, los procesos de integración comercial, en que interviene Colombia en el TLC con Estados Unidos, el acuerdo CAN –MERCOSUR, en el TLC con los países Centroamericanos y en el posible acuerdo CAN – unión Europea en proceso, son circunstancias que colocan a los negocios y a las empresas ante situaciones diferentes y retadoras en los nuevos mercados internacionales globales. Estos eventos influyen en prácticamente todas las decisiones gerenciales que se toman hoy en día, por lo cual, es necesario conocer el macro entorno económico, financiero, cultural y político en el que se desarrolla hoy el comercio en un mundo cada vez más global e interdependiente, así como la forma en que se planean y desarrollan los negocios internacionales. Ello permitirá a las organizaciones y sus gerentes enfrentar mejor su proyección al mercado internacional y contar con

mejores elementos para el diseño de sus estrategias competitivas⁸. De igual manera la vigencia de Tratado de Libre Comercio con Canadá en agosto del 2011, es otro motor para el proceso de integración que aportara un acceso preferencial a los productos agrícolas e industriales colombianos.

Al hablar de desarrollo económico, indudablemente se tendrá que mirar aquellos factores competitivos que hacen que este sea posible para un país, región o sector. La competitividad es entonces un factor de éxito relevante en el desempeño de los sectores productivos de un país que se encuentran localizados en la diferente regiones y donde la empresa cumple un papel fundamental para el desarrollo no solo económico y de rentabilidad para esta como tal, sino que aporta para el desarrollo del sector en que se encuentra o que se mueve, genera, bienestar a los trabajadores y en general contribuye con un grano, al mejoramiento de la calidad de vida de la región y país que se encuentra localizada, como es el caso de los ingenios en el valle del cauca, pues la caña de azúcar es uno de los principales productos (agrícola) por el cual el Valle es competitivo.

¿El por qué los negocios internacionales?

- A. Las empresas obtiene un mayor posicionamiento
- B. Se llevan a cabo nuevos negocios y el cliente adquiere mayor valor
- C. Mejora la imagen de la empresa y de la marca
- D. Se identifican y se crean nuevos segmentos
- E. Permite una rápida explotación de innovaciones
- F. Se impulsa el intercambio de productos o servicios
- G. Implica una ampliación del mercado interno
- H. Permite desarrollar economías de escala
- I. Impulsa la relación y credibilidad con socios locales

b. Pasos de Implementación

- ✓ Entendimiento de los conceptos Internacionales
- ✓ Análisis económico de los sectores motores del desarrollo
- ✓ Identificación y selección de cadenas productivas.
- ✓ Identificación de los componentes críticos (Grupos empresariales)
- ✓ Identificación de Proveedores Internacionales

⁸ ECHEVERRY, RubenDario. Plan de estudios Creación de Empresas Negocios Internacionales. Universidad del Valle. 2008

- ✓ Diagnóstico de la cadena productiva
- ✓ Perfil de las empresas participantes
- ✓ Infraestructura física y de servicios
- ✓ Análisis del entorno
- ✓ Comportamiento global de la industria
- ✓ Comportamiento regional de la industria

Tres elementos importantes para la implementación:

- ✓ Integración
- ✓ Agrupaciones y Alianzas
- ✓ Infraestructura

La Integración: Fundamentada en un nuevo modelo de hacer negocios, una nueva cultura que use los recursos de otra empresa relacionada o no para un beneficio en común.

Agrupaciones y Alianzas: Las agrupaciones no son cooperativas, son agrupaciones de empresas de un mismo producto las cuales se unen con el objetivo de mejorar su flujo informático, adquirir "poder adquisitivo", intercambiar ideas e implementar innovaciones que beneficien a todos como grupo. Esto implica el acercamiento a la competencia de manera saludable y en el mejor interés de las empresas y el país. Las alianzas son muy importantes siempre y cuando estén sean "totalmente transparentes".

Infraestructura: Relacionada con la ubicación en parques industriales de las diferente empresas usuarias y las regulaciones que se implemente en estas zonas como ACOPI en Yumbo

c. Implicación

La globalización ha traído consigo la apertura comercial, a través de la firma de tratados de libre comercio, eliminación de barreras no arancelarias, fusiones, integración y alianzas estratégicas entre las empresas e instituciones internacionales. Que hacen que las empresas puedan negociar sin pesar en las fronteras y barreras que obstaculicen el desarrollo de las empresas y de las economías.

5.1.3 Calidad del Servicio

a. En qué Consiste

Brindar un excelente servicio al cliente es la principal arma que tiene una empresa frente a su cliente, debido a que gracias a una buena atención, la empresa puede ganar la fidelización del cliente.

Definición

Satisfacer, de conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por la que se contrata. La calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que se entregan. El grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances⁹.

El servicio es una de las palancas competitivas de los negocios en la actualidad. Prácticamente en todos los sectores de la economía se considera el servicio al cliente como un valor adicional en el caso de productos tangibles y por supuesto, es la esencia en los casos de empresas de servicios.

Las empresas se deben caracterizar por el altísimo nivel en la calidad de los servicios que entrega a los clientes que compran o contratan. La calidad de los servicios depende de las actitudes de todo el personal que labora en el negocio. El servicio es, en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema o en la satisfacción de una necesidad. El personal en todos los niveles y áreas debe ser consciente de que el éxito de las relaciones entre la empresa y cada uno de los clientes depende de las actitudes y conductas que observen en la atención de las demandas de las personas que son o representan al cliente.

Las motivaciones en el trabajo constituyen un aspecto relevante en la construcción y fortalecimiento de una cultura de servicio hacia los clientes.

⁹ MI TECNOLÓGICO. Calidad del Servicio [En línea].
<<http://www.mitecnologico.com/Main/CalidadEnElServicio>> [citado en 2010]

La mejor estrategia para conseguir la lealtad de los clientes se logra evitando sorpresas desagradables a los clientes por fallas en el servicio y sorprendiendo favorablemente a los clientes cuando una situación imprevista exija nuestra intervención para rebasar sus expectativas¹⁰.

Para toda empresa satisfacer al cliente, es una prioridad, sin dejar de lado la cadena del negocio. Debido a que sin clientes no hay empresas. Buscar el bienestar y el agrado del cliente debe ser fundamental a la hora de crear estrategias para captar y fidelizar a los clientes.

La gestión de la calidad hoy en día considera a la empresa como un triple papel; el primero de ellos es el cliente, el segundo papel es el de procesador, por último, se hace referencia al papel de proveedor. Este es un papel fundamental ya que nos habla de satisfacer a nuestros clientes.

Además de este triple papel no hay que olvidar la implicación directa de todos los miembros de la organización. Hay que tener en cuenta los diferentes trabajadores de la empresa, sus diversas necesidades y sus opiniones dándoles de esa forma un voto de confianza que sin duda va a afectar positivamente en la realización de su trabajo.

b. Pasos de Implementación

La creación de un plan de calidad del servicio es un conjunto de principios, métodos y recursos organizados estratégicamente para direccionar a toda la empresa, con el propósito de satisfacer las necesidades del cliente a un bajo costo.

La puesta en práctica del plan de calidad se desarrolla en una serie de etapas e implica la coordinación de numerosas actividades y personas:

¹⁰ GESTIOPOLIS. Calidad en el Servicio [En línea].
<<http://www.gestiopolis.com/canales5/emp/pymecommx/35.htm>> [citado en 2010]

1.- Análisis del problema. Se parte del análisis de las tareas críticas y de los elementos generadores de errores.

2.- Participación del personal. Los aportes de todos son importantes. Desde la dirección hasta la participación de todos los niveles jerárquicos.

3.- Fijación de Objetivos. Es preciso definir claramente, de forma precisa y numérica los objetivos.

4.- Control y evaluación. Se establece un sistema de medición para comprobar regularmente el cumplimiento de los objetivos.

Es por tanto, preciso medir regularmente la calidad del servicio, para comprobar el cumplimiento del plan y en su caso tomar medidas correctivas. El proceso de medición de la calidad del servicio suele incorporar varios elementos:

- Establecer las principales dimensiones del servicio.
- Medir las expectativas
- Medir la percepción del cliente
- Evaluar la importancia que los clientes asignan al servicio prestado
- Analizar la percepción de los clientes respecto a empresas competidoras.

Se debe realizar periódicamente encuestas entre los clientes para medir la calidad y el grado de satisfacción con el servicio. Se mide como:

- ✓ Cortesía y amabilidad de los empleados
- ✓ Los tiempos de espera
- ✓ La dedicación del tiempo necesario al cliente
- ✓ La disposición por resolver sus problemas
- ✓ La eficacia en la resolución de las gestiones
- ✓ La asesoría que proporcionan
- ✓ La rapidez con que se realiza el servicio
- ✓ Claridad de las explicaciones
- ✓ El trato personalizado
- ✓ La respuesta a sus quejas

c. Implicación

La calidad del servicio se convierte en un elemento estratégico que confiere una ventaja diferenciadora como elemento de competitividad para las empresas que prestan un servicio enfocado al cliente. Sin dejar de lado la reglamentación legal.

El servicio al cliente es un concepto que beneficia a la organización y se tiene presente al ofrecer servicios de intermediación y asesoría aduanera, debido a que

los usuarios buscan un servicio de alta calidad, que cumpla con las expectativas que se tienen frente al servicio.

5.1.4 Investigación de Mercados

a. En qué Consiste

La investigación de mercados consiste en recolectar determinada información procedente del mercado, para luego ser analizada y, en base a dicho análisis, tomar decisiones o diseñar estrategias. Realizar una investigación de mercados para hallar una oportunidad de negocio, conocer la viabilidad de un nuevo negocio o producto, hallar la razón o solución para un problema, comprobar una hipótesis de mercado, etc.¹¹.

Para la investigación de mercados la información y los datos son un punto clave para la realización de estudios de mercado y mercadotecnia en general, la información es relevante, al abordar el tema del sistema de información de marketing y la obtención de información necesaria para que las compañías desarrollen una buena labor de mercadeo y ventas. Cuando se detecta esta falta de información se deben emprender estudios formales de situaciones específicas, estos estudios son conocidos como investigación de mercados.

La investigación de mercados es: El análisis sistemático y objetivo de problemas, construcción de modelos y obtención de hallazgos y hechos que permitan mejorar la toma de decisiones¹².

Es el proceso objetivo y sistemático en el que se genera la información para ayudar en la toma de decisiones de mercado. Este proceso incluye la especificación de la información requerida, el diseño del método para recopilar la información, la administración y la ejecución de los datos, el análisis de los resultados y la comunicación de los datos, el análisis de los resultados y la comunicación de los hallazgos y sus implicaciones¹³.

¹¹ NEGOCIOS. Investigación de Mercados[En línea]. <[http:// www.crecenegocios.com/pasos-para-realizar-una-investigacion-de-mercados/](http://www.crecenegocios.com/pasos-para-realizar-una-investigacion-de-mercados/)>

¹² KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de Marketing. Pearson Educación. México, 2003. 85 p.

¹³ ZIKMUND, William. Investigación de Mercados. Prentice Hall – Hispanoamericana, México, 1998. 29 p.

Estas definiciones de investigación de mercados señalan también un objetivo para facilitar el proceso de toma de decisiones de la gerencia en todos los aspectos de la combinación de estrategias de mercadotecnia de la empresa: establecimiento de precios, promoción, distribución y decisiones sobre productos.

Sistemáticamente las decisiones de marketing deben estar conducidas al estudio y recopilación de información, si una empresa va a lanzar un nuevo producto deberá realizar una investigación de mercados, si desea saber la respuesta del público a un anuncio comercial también la necesitará, etc. Cada vez son más las organizaciones que emplean la investigación de mercados para planear y ejecutar acciones de mercadeo, seguramente hay grandes firmas que recurren a ella seis o siete veces en un año, también habrá algunas PYMES que la empleen un par de veces, pero todas recurren a ella.

En la investigación de mercados las actividades más usuales son:

- ✓ La medición de potenciales de mercado
- ✓ Determinación de las características de un mercado
- ✓ Análisis de participación en el mercado
- ✓ Análisis de ventas
- ✓ Estudios de tendencias comerciales
- ✓ Pronósticos a corto plazo
- ✓ Estudios de productos competidores
- ✓ Pronóstico a largo plazo
- ✓ Estudios de S.I.M.(Sistema de Información de Mercadotecnia)
- ✓ Pruebas de productos existentes¹⁴

b. Pasos de Implementación

Pasos necesarios para realizar una Investigación de mercados:

- a. Determinar las necesidades u objetivos de la investigación
- b. Identificar la información que se va a recolectar
- c. Determinar fuentes de información
- d. Definir y desarrollar las técnicas de recolección:

¹⁴ GESTIOPOLIS. La Investigación de Mercado [En línea].<<http://www.gestiopolis.com/marketing/importancia-de-la-investigacion-de-mercados.htm>>

- ✓ Encuesta
- ✓ Técnica de observación
- ✓ Experimentación
- ✓ Focus group
- ✓ Sondeo
- ✓ Recolectar la información
- ✓ Analizar la información
- ✓ Diseñar estrategias y tomar decisiones
- ✓ Dirigir empresas nacionales y multinacionales con operaciones internacionales.
- ✓ Liderar negociaciones internacionales y procesos estratégicos;
- ✓ Diseñar política exterior tanto comercial, como tecnológica y de relaciones;
- ✓ Evaluar (lo financiero, económico, social, ambiental) y desarrollar proyectos internacionales.
- ✓ Analizar el riesgo de operaciones internacionales;
- ✓ Conducir operaciones financieras y de mercadeo internacionales.
- ✓ Negociar actos y operaciones internacionales¹⁵.

c. Implicación

Para desarrollar empresas a nivel nacional es indispensable contar una investigación de mercados que arroje información sobre varios factores importantes que influyan de manera determinante en la actividad y el desarrollo de las estrategias de mercadotecnia que deberán ser llevadas a cabo por la empresa para asegurar su éxito en el mercado meta seleccionado.

5.2 Marco Conceptual

Las áreas del conocimiento tienen sus propios conceptos teóricos especiales. A veces las palabras del lenguaje estándar han sido adoptadas para uso técnico y han adquirido un significado especial, cuya definición puede encontrarse en la reglamentación sobre ese campo específico.

¹⁵NEGOCIOS. Investigación de Mercados[En línea]. <[http:// www.crecenegocios.com/pasos-para-realizar-una-investigacion-de-mercados/](http://www.crecenegocios.com/pasos-para-realizar-una-investigacion-de-mercados/)>

A continuación se relacionan algunos conceptos técnicos referente a los aspectos del comercio internacional, específicamente a los términos establecidos por la reglamentación aduanera en los decretos 2685 de 1999 y 2883 de 2008 y aquellas relacionadas con el servicio al cliente.

En el ámbito de comercio exterior y disposiciones aduaneras es fundamental tener claro las definiciones de ciertos términos que son primordiales para realizar las importaciones o exportaciones de bienes, indistintamente del sector al que se pertenezca.

A continuación algunos términos y sus definiciones Establecidos en el Estatuto Aduanero Colombiano. Decreto 2685 de 1999 y resolución 4240 de 2000. Cuarta Edición. DIAN, LEGIS. 2009 para establecer claridad en las palabras utilizadas a lo largo del trabajo.

AGENCIAMIENTO ADUANERO: asesoría y coordinación de todas las actividades necesarias para la culminación exitosa de operaciones de comercio exterior.

COMERCIO INTERNACIONAL: intercambio de bienes y servicios entre países. El comercio internacional permite a un país especializarse en la producción de los bienes que fabrica de forma más eficiente y con menores costos.

COMERCIO EXTERIOR: El Sector Comercio Exterior está integrado por el conjunto de organismos de carácter público que participan en el diseño y ejecución de la política de comercio exterior de bienes, servicios y tecnología y por las instituciones de carácter privado o mixto que desarrollan actividades de comercio exterior o relacionado con éste.

LIBRECAMBIO: intercambio entre países de bienes y materias primas sin restricciones del tipo de aranceles, cuotas de importación, o controles fronterizos. Esta política económica contrasta con el proteccionismo o el fomento de los productos nacionales mediante la imposición de aranceles a la importación u otros obstáculos legales para el movimiento de bienes entre países.

TRATADOS INTERNACIONALES: Acuerdos comerciales que se realiza entre dos países, para beneficio de ambos en el comercio de productos y/o servicios.

RÉGIMEN ADUANERO: Tratamiento que se aplica a las mercancía que salen o ingresan al país, de acuerdo a las normas aduaneras Colombianas.

AUTORIDAD ADUANERA: Es la persona encargada o dependencia oficial que en virtud de la ley y en ejercicio de sus funciones, tiene la facultad para exigir o controlar el cumplimiento de las normas aduaneras. En Colombia la encargada es la Dirección de Impuesto y Aduanas Nacionales.

CONTROL ADUANERO: conjunto de medidas tomadas por la autoridad aduanera con el objeto de asegurar la observancia de las disposiciones aduaneras.

CONSIGNATARIO: Definición modificada por el artículo 1 del Decreto 2942 de 2007. Es la persona natural o jurídica a quien el remitente o embarcador en el exterior envía una mercancía, o a quien se le haya endosado el documento de transporte.

EXPORTACIÓN: salida de mercancías del territorio aduanero nacional con destino a otro país, la salida de mercancías a una Zona Franca Industrial de Bienes y servicios.

IMPORTACIÓN: introducción de mercancías de procedencia extranjera al territorio aduanero nacional.

INFRACCIÓN ADUANERA: acción u omisión que conlleva la trasgresión de la legislación aduanera.

NACIONALIZACIÓN: Es el proceso del despacho aduanero mediante el cual se considera que una mercancía ha sido nacionalizada.

DOCUMENTO DE TRANSPORTE: Término genérico que se otorga al conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte.

DEPÓSITOS PRIVADOS: Son aquellos lugares habilitados por la DIAN para el almacenamiento de mercancías bajo control aduanero.

CIF (Cost, Insurance and Freight - Costo, Seguro y Flete): Término Incoterms. A los compromisos adquiridos en el FOB, se adiciona con la contratación y pago del flete y seguro hasta puerto de destino por parte del vendedor.

AUTORIZACIÓN DE LEVANTE: Cuando el funcionario aduanero encuentre conformidad en la diligencia de inspección física o documental, procederá a autorizar el levante de la mercancía.

ARANCEL: Desde el punto de vista fiscal, el arancel es un instrumento económico que permite a un país medir las estadísticas reales del movimiento de las mercancías objeto de comercio.

ABANDONO LEGAL: Situación en que se encuentra una mercancía cuando vencido el término de permanencia en depósito no ha obtenido su levante o no se ha reembarcado.

EXWORKS (En fábrica): Término Incoterms, en donde el exportador se compromete a efectuar la entrega de la mercancía en el lugar de producción, fabricación, distribución del producto, almacén o taller, etc.

FACTURA COMERCIAL: Es un documento imprescindible en cualquier transacción comercial.

FOB (Free on Board - Libre a Bordo): Término Incoterms. El exportador adquiere el compromiso de colocar la mercancía en el puerto de embarque convenido a bordo del medio de transporte (buque, avión o camión).

LEVANTE DE MERCANCÍAS: Es el acto por el cual la autoridad aduanera permite a los interesados la disposición de las mercancías previo cumplimiento de los requisitos legales o la constitución de garantía, según corresponda.

BODEGAS DE ALMACENAMIENTO: La mercancía bajo control aduanero solamente podrá ser almacenada en los lugares autorizados por la autoridad aduanera.

MERCANCÍA: Es todo bien clasificable en el Arancel de Aduanas, susceptibles de ser transportado y sujeto a un régimen aduanero.

RÉGIMEN ADUANERO: Es el tratamiento aplicable a las mercancías mediante el cual se les asigna un destino aduanero específico de acuerdo con las leyes y reglamentos aduaneros vigentes.

REIMPORTACIÓN: Es la introducción al territorio aduanero nacional de mercancías previamente exportadas del mismo.

REEXPORTACIÓN: Esta modalidad de exportación procede únicamente para mercancías importadas que se hayan declarado bajo la modalidad de importación temporal para reexportación en el mismo estado.

TRIBUTOS ADUANEROS: Término genérico que comprende los derechos de aduana y el impuesto sobre las ventas.

ZONA FRANCA: Es un área geográfica delimitada del territorio nacional declarada como tal por la autoridad competente, con carácter transitorio o permanente.

ALMACENAMIENTO: Es el período durante el cual las mercancías que NO fueron nacionalizadas en lugar de arribo, permanecen almacenadas en depósito habilitado, mientras el declarante realiza los trámites para obtener su levante. Es decir, depósito de mercancías bajo el control de la autoridad aduanera en recintos habilitados por la Aduana.

MULTAS: Corresponden a pagos que se deben hacer a la sociedad para resarcir el daño que se causa por vulnerar las normas establecidas.

RECONOCIMIENTO: Es la actuación de la autoridad aduanera, a través del examen físico, revisión, aforo o inspección y verificación de las mercancías.

REEMBARQUE: Esta modalidad regula la salida del territorio aduanero nacional de mercancías procedentes del exterior y que estén almacenadas en depósito habilitado, siempre que no se encuentren en abandono legal y no se hayan sometido a ninguna modalidad de importación.

SIGLO XXI o SYGA: Sistema Informático Global, que bajo el módulo de COMEX, permite que el proceso de importación desde la llegada de la mercancía al país, su ingreso de los depósitos habilitados hasta la nacionalización de la mercancía.

DECLARACIÓN DE IMPORTACIÓN: Es el documento prescrito por la DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES para ser utilizado en la Declaración del Régimen de Importación.

MANDATO: Acto por el cual el dueño, consignatario o consignante encomienda el despacho aduanero de sus mercancías a un agente de aduana, que lo acepta por cuenta y riesgo de aquellos, es un mandato con representación.

TERRITORIO ADUANERO NACIONAL: Demarcación dentro de la cual se aplica la legislación aduanera; cubre todo el territorio nacional.

TRANSITO ADUANERO: Es el régimen aduanero que permite el transporte de mercancías nacionales o de procedencia extranjera, bajo control aduanero, de una aduana a otra situadas en el territorio aduanero nacional.

CLIMA ORGANIZACIONAL: concepto que se refiere a las percepciones del personal de una organización con respecto al ambiente global en que desempeña sus funciones.

CULTURA CORPORATIVA: la conciencia colectiva que produce un sistema de significados compartidos por los miembros de la organización que los identifica de otros.

MOMENTOS DE VERDAD: puntos de contacto entre el consumidor o usuario y la empresa proveedora de un bien o servicio.

PARADIGMA: conjunto de reglas que "rigen" una determinada disciplina. Estas "reglas" se asumen normalmente como "verdades incuestionables", porque son "tan evidentes" que se tornan transparentes para los que están inmersos en ellas.

PROCESO: serie sistemática de acciones dirigidas al logro de un objetivo, dichas actividades cuentan con unos recursos, unos responsables y unos controles.

El comercio exterior tiene una amplia gama de conceptos técnicos importantes para los procesos, de los cuales solo se nombraron algunos. Teniendo claro los términos específicos, definidos anteriormente y los demás existentes se puede llevar a cabo la relación empresa- cliente de una manera efectiva. Debido a que la comunicación se lograra de un modo eficaz, realizando así mejoramiento continuo en la prestación de los servicios de agenciamiento aduanero que se tienen para el usuario y/o cliente.

5.3 Marco Contextual

El desarrollo de las actividades de comercio entre los diferentes países es indiscutiblemente necesario para el desarrollo de las economías de las diferentes naciones, regiones que intercambian bienes y servicios. Por esos es indispensable conocer acerca de la ubicación y de la zona donde se establecerá la empresa.

A Nivel nacional –Colombia

El espacio geográfico colombiano tiene como elementos naturales: relieve, clima, vegetación, fauna; como elementos culturales: costumbres, dialectos, fiestas folclóricas, expresiones artísticas, etc., y en su elementos económicos: recursos naturales, actividades productivas y comerciales.

Debido a la diversidad de elementos naturales, culturales y económicos en Colombia, se puede distinguir cinco regiones geográficas:

- ✓ Región Andina
- ✓ Región Pacífica
- ✓ Región Orinoquía
- ✓ Región Amazonia
- ✓ Región Caribe¹⁶

Aspectos Económicos

Colombia en su parte económica cuenta principalmente con la Agricultura, la ganadería, la minería la industria, el turismo, la pesca, el comercio, etc.,

La política de apertura de la economía colombiana, en ejecución desde principios de la década de 1990, se ha centrado principalmente en la liberación del comercio exterior, que ha producido efectos importantes sobre las industrias nacionales en términos de reestructuración, reconversión, modernización, alianzas, fusiones, ingreso de capitales, modificaciones en la estructura financiera y aceleración de obras de infraestructura para potenciar al país como plataforma competitiva a nivel internacional. Los países de destino de las exportaciones son EE UU (casi el

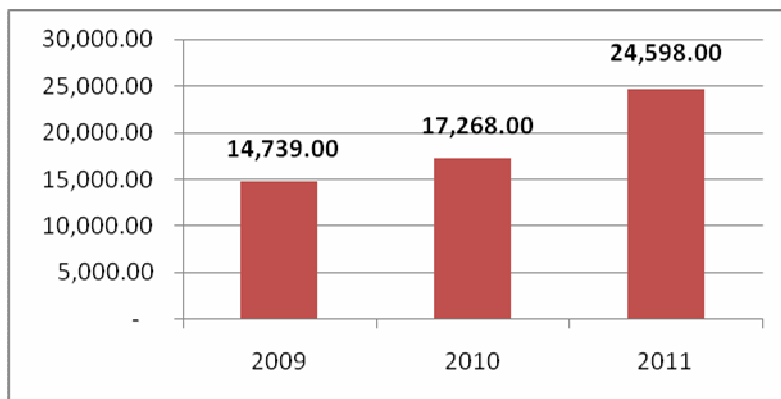
¹⁶ Instituto Geográfico Agustín Codazzi- IGAC, Valle del Cauca Aspectos Geográficos. Ediciones IGAC. 2008.

50%), la comunidad andina y la Unión Europea. Se importan principalmente productos metálicos y químicos (60%) y la procedencia coincide con los países a los que se exporta. Estados Unidos es el principal socio comercial de Colombia, seguido de Alemania, Brasil, Países Bajos, Argentina, Chile, México, Japón y Venezuela. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística en el año 2010 se calculo el valor de las exportaciones anuales en 39.820 millones de dólares estadounidenses y el de las importaciones en 40.682,7 millones de dólares.

A continuación se ilustra el movimiento de las Importaciones y Exportaciones en Colombia.

IMPORTACIONES COLOMBIANAS DE PRODUCTOS GENERALES ENERO- JUNIO (VALOR FOB - Millones de Dólares)

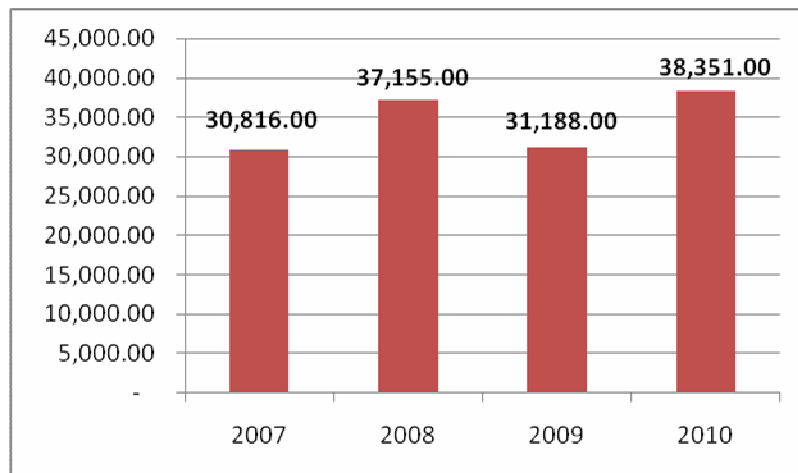
Grafica 1



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2011)

IMPORTACIONES COLOMBIANAS DE PRODUCTOS GENERALES ANUAL (VALOR FOB - Millones de Dólares)

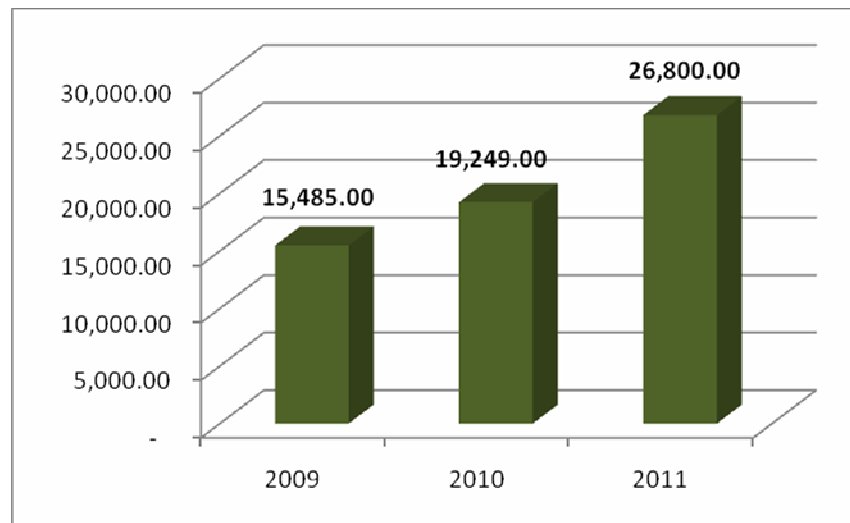
Grafica 2



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2011)

EXPORTACIONES COLOMBIANAS DE PRODUCTOS GENERALES ENERO- JUNIO (VALOR FOB - Millones de Dólares)

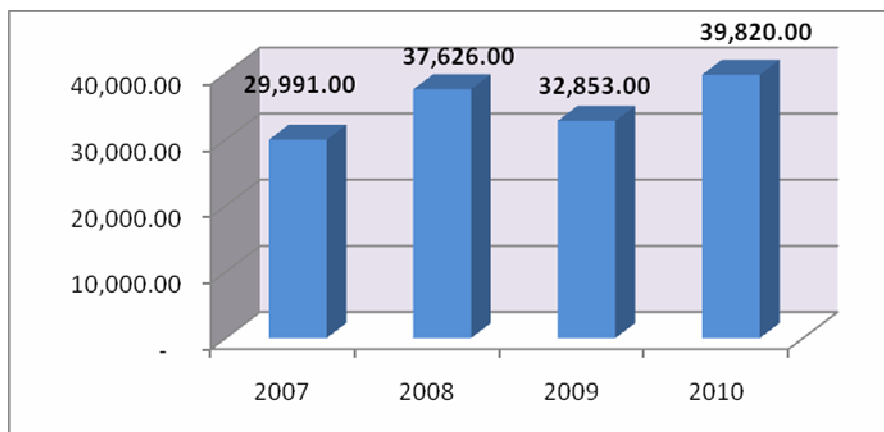
Grafica 3



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2011)

EXPORTACIONES COLOMBIANAS DE PRODUCTOS GENERALES ANUAL (VALOR FOB - Millones de Dólares)

Grafica 4



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2011)

En las graficas anteriores donde se evidencia el comportamiento de las exportaciones e importaciones de Colombia en Valor FOB para los periodos de enero- junio (2009-2011) y el anual de enero a Diciembre (2007-2010), se puede observar el crecimiento tanto en las exportaciones como en las importaciones en relación al año 2009 donde a causa del desequilibrio financiero del sector hipotecario de los Estados Unidos, generó la crisis mundial.

A nivel Departamental - Valle del Cauca

El Valle del Cauca en su contexto Natural

Ubicado en Colombia, Sur América, es una de las regiones más ricas y de mayor desarrollo de la República de Colombia. Está ubicado en el suroccidente del país y tiene costas sobre el Océano Pacífico, en una extensión de 200 kilómetros, donde se encuentra ubicado el puerto de Buenaventura, el más importante del país, por el inmenso movimiento de carga importación y exportación que por allí se registra. Tiene una superficie total de 21.195 KM² que representa el 1.5% del territorio nacional, su población según último Censo 2005 (DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística) era de 4.161.425 habitantes¹⁷.

¹⁷ SECRETARIA DE CULTURA Y TURISMO. Datos de Cali y el Valle del Cauca [En línea]. <<http://www.cali.gov.co/corporativo.php?id=227>> [Citado en 11 de mayo de 2004]

El departamento cuenta administrativamente con 42 municipios, siendo su capital Santiago de Cali, que dista 484 Km. de Santafé de Bogotá, capital del país. El 81.8% de la población vallecaucana se concentra en los centros urbanos y el 18.2% en las áreas rurales. Topográficamente el relieve cuenta con tres regiones naturales: La región montañosa dominada por las cordilleras Central y Occidental. La región del valle del Río Cauca que se extiende a ambos costados del mismo, con 22 Kilómetros de ancho en su parte sur y de 6 a 8 Km. en la norte, constituye una de las zonas agrícolas más importantes del país. Por último la región de la costa pacífica, polo de exportación y fuente de riqueza pesquera por medio del puerto de Buenaventura, principal vitrina de Colombia en el Océano pacífico¹⁸.

Aspectos Económicos

La economía de un lugar está determinada por las actividades que el hombre desarrolla para satisfacer sus necesidades (alimentación, vivienda, vestido, etc.)

Antecedentes

Según Paredes, 1956. Las principales tribus que poblaron el territorio vallecaucano en la época precolombina fueron, entre otras, los Jamundíes, Gorriones, Quimbayas, Lilíes, Catíos, Timbas, y parte de los Pijaos y Paeces. La mayor parte de ellas ocuparon las márgenes del Río Cauca, en tierras caracterizadas por su fertilidad y aptitud para la actividad agrícola y ganadera.

Según Trimborn, 1949, Las principales actividades económicas desarrolladas por los indígenas fueron la agricultura, la caza, la pesca, los tejidos, la extracción de oro y sal, los trabajos en metal y, principalmente, el comercio. La agricultura y la caza eran practicadas por los indígenas con el fin de proveerse de los productos necesarios para su alimentación.

La sal la obtenían de manantiales, y era utilizada para el consumo local y en una mayor proporción para el intercambio comercial, mientras que la extracción de oro

¹⁸ SECRETARIA DE CULTURA Y TURISMO. Datos de Cali y el Valle del Cauca [En línea]. <<http://www.cali.gov.co/corporativo.php?id=227>> [Citado e 11 de mayo de 2004]

se hacía en los ríos; los Jamundies fueron quienes se dedicaron a esta actividad y abastecían a las demás tribus del metal en bruto.

Trimborn (1949) dice: De acuerdo a lo descrito anteriormente, dentro de las tribus primitivas que poblaron el Valle del Cauca, existía una división regional del trabajo, lo cual coincidía con un intercambio comercial muy activo, hasta el punto que llegaron a establecer sitios especiales en donde concurrían compradores y vendedores para realizar sus intercambios, especialmente en el norte del departamento

De todas maneras, según Trimborn (1949) la actividad económica predominante entre los primitivos pobladores del Valle del Cauca era el comercio; los productos preferidos eran los metales brutos, los objetos manufacturados y la sal, mientras que los tejidos de algodón, los productos alimenticios (pescados y puercos) y el comercio de esclavos, ocupaban un lugar secundario.

A finales del siglo XIX la producción de caña de azúcar y de panela en la parte plana dio origen al nacimiento de los primeros ingenios azucareros (Manuelita 1901, Riopaila 1928) que, junto con un intensivo plan de inversiones públicas y construcción de vías (carreteras, ferrocarriles), impulsaron la inversión extranjera en la agricultura comercial, basada en la producción de caña de azúcar, ganado de carne y leche, algodón, soya y café.

La economía vallecaucana ha registrado una serie de transformaciones a través de la diversificación de las actividades económicas y de su apertura hacia los campos nacionales e internacionales, que ha definido su organización económica actual.

Cuenta con una estructura agropecuaria y pecuaria donde se tiene en cuenta la distribución de la tierra, el uso del suelo. Además cuenta con recursos de minería y de Industria manufacturera, esta última está localizada principalmente en área de Cali-Yumbo¹⁹

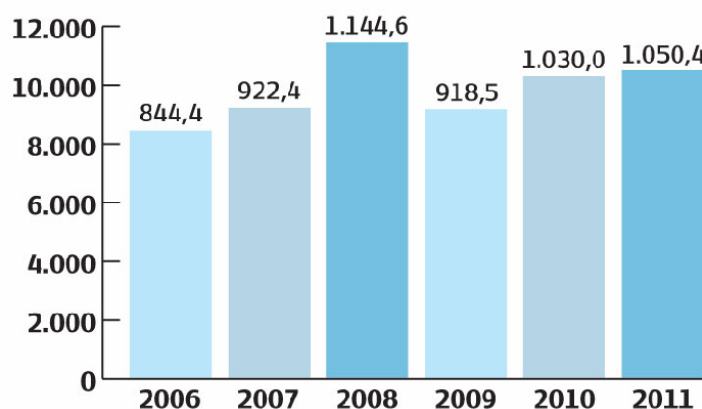
¹⁹ Instituto Geográfico Agustín Codazzi- IGAC, Valle del Cauca Aspectos Geográficos. Ediciones IGAC. 1998.

Comercio Exterior del Valle del Cauca

El departamento del Valle del Cauca posee un gran dinamismo en su sector externo debido a su estructura industrial y la actividad agroindustrial le permite exportar un apreciable volumen de productos.

EXPORTACIONES DEL VALLE DEL CAUCA ENERO- JUNIO (Millones de Dólares)

Grafica 5



Fuente: DANE (2011)

Grafico: El País (2011)

Como se puede observar en la grafica las exportaciones del Valle del Cauca fueron aumentando desde el año 2006 al 2008 en el periodo Enero- Junio, para el año 2009 se aprecia una disminución, probablemente por la el advenimiento de la crisis económica mundial. En el año 2010 se obtuvo un crecimiento del 12.14% respecto al año inmediatamente anterior.

Hasta el mes de mayo las exportaciones del Valle caían un 2%, frente a los primeros cinco meses del año 2010. Al cierre del semestre la tendencia cambió y las ventas registran un alza de 2%, es decir que al finalizar el primer semestre del año en curso el Valle logro revertir el comportamiento negativo que venia presentando en las exportaciones. (DANE)

Según el DANE, entre enero y junio de 2011, las empresas locales vendieron en el exterior US\$1.050, millones, una cifra ligeramente mayor a la registrada en igual periodo del 2010 (US\$1.030 millones), pero que evidencia una recuperación después de venir de caídas hasta del 15% en los primeros meses del año.

Infraestructura y servicios

La infraestructura y los servicios son aquellos equipamientos que el estado proporciona, mediante programas de inversión y administración en salud, educación (como infraestructura social), y acueducto, alcantarillado, vías, energía y servicios en general.

El equipamiento de medios de comunicación está integrado por la obras de infraestructura (carreteras, puentes, vías férreas, etc.), como por los servicios de transporte aéreo, marítimo y fluvial. Las vías de comunicación, al igual que el flujo y volumen de tránsito, son fundamentales, para apreciar el grado de desarrollo socio –económico de una región y sus relaciones con otros centros.

La actual red de carreteras en el Valle del Cauca es el reflejo del desarrollo industrial del departamento. La red de carreteras principales está conformada por una línea troncal norte-sur, del cual se desprenden varios ramales hacia el este y el oeste, que comunican al departamento con Bogotá, Armenia, Pereira, Ibagué, Neiva y Popayán²⁰.

A nivel Municipal - Santiago de Cali.

Santiago de Cali es un municipio que alberga un importante número de pobladores de diferentes estratos sociales, se consolida como un espacio receptor de población y desde el punto de vista regional como el polo de desarrollo del Pacífico, gracias a su posición, su conformación geográfica y el desarrollo de infraestructura social.

Datos generales

Altura Sobre el nivel el mar: 1,079.5 m

Superficie Total de Municipio 56,026.2 Ha

Su territorio comprende un área total de 56.025,13 Ha y está constituido por un área urbana que corresponde al 22% del total del área del municipio, donde se asienta el 90,5% (2.144.575 habitantes) de su población total, (2.369.696

²⁰ Instituto Geográfico Agustín Codazzi- IGAC, Valle del Cauca Aspectos Geográficos. Ediciones IGAC. 2008.

personas, distribuida en 22 comunas y 15 corregimientos)²¹.

El municipio, se encuentra ubicado al sur del departamento del Valle del Cauca, en el valle geográfico del río Cauca, a 3° 27" de latitud Norte y 73° 32" longitud W. entre los 950 y 4.200 m.s.n.m. (metros sobre el nivel del mar) se extiende desde la cima de la cordillera Occidental hasta la margen izquierda del Río Cauca, presentando terrenos montañosos, ondulados y planos²².

Características Generales de la Ciudad

El Municipio de Santiago de Cali, hace parte de sistemas territoriales de diferente escala y se articula como polo de conexión entre procesos políticos, económicos, culturales y territoriales que lo vinculan con otros municipios cercanos. Santiago de Cali presenta un área subregional muy bien definida conformada por los municipios de Yumbo, Santander de Quilichao, Buenaventura, la Cumbre, Dagua, Jamundí, Puerto Tejada, Palmira y Candelaria.

Un aspecto de vital importancia en el marco de esta integración regional es la posibilidad de reducir la alta concentración de la población al interior de la ciudad, buscando un mejoramiento de la economía de la región y de la calidad de vida de sus habitantes.

Relación con el Agenciamiento Aduanero

Los aspectos geográficos, económicos y demográficos del país y de la región son importantes a la hora de crear un negocio debido a que si la región, o localidad, donde se piensa abrir el establecimiento, no cuenta, como en el caso la agencia de aduanas, con una región donde se mueva la exportación de productos agrícolas, y ganaderos, o derivados de la caña de azúcar o donde no haya un nivel de producción industrial que requiera del importación de materias primas provenientes de otros países, sería muy difícil mantenerse en el mercado.

Las agencias de aduanas son empresas que sirven de intermediarias entre los exportadores y los importadores frente a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales y cuyos clientes pueden encontrarse, en el sector agrícola, ganadero,

²¹ CONTRALORÍA GENERAL DE SANTIAGO DE CALI. Informe anual sobre el estado de los recursos naturales el medio ambiente, municipio de Santiago de Cali [En línea]. <<http://www.contraloriacali.gov.co/.../1NE%20CAPITULO%20I%20web.doc>>pág. 14

²² CONTRALORÍA GENERAL DE SANTIAGO DE CALI. Informe anual sobre el estado de los recursos naturales el medio ambiente, municipio de Santiago de Cali [En línea]. <<http://www.contraloriacali.gov.co/.../1NE%20CAPITULO%20I%20web.doc>>pág. 14

industrial.

6. ANÁLISIS DE ENTORNOS DEL SECTOR

6.1 Entorno Demográfico

Variables	Definición	Impacto	Análisis	Estrategia
Población Económicamente Activa: PEA	Se le llama a la fuerza laboral y está conformada por la personas en edad de trabajar que trabajan o están buscando empleo	Medio	2008:44.450 2009:44.978 en miles de habitantes 2010:45.507 F:DANE Como se puede observar en los datos los últimos años la población lista para trabajar a ido incrementando, como vemos del 2009 había una PEA de 44978 habitantes y en 2010 incremento a 45.507, es decir un incremento porcentual del 1.17, generando así mayor capital de trabajo.	Fortalecer la generación de empleo.
Tasa de Desempleo	La tasa de desempleo es el porcentaje de la mano de obra que no está empleada y que buscan actualmente una ocupación, como proporción de la fuerza de trabajo total.	Medio	2008:11.5% 2009:12.9% 2010:11.8% F:DANE Como se puede observar en las cifras de los últimos tres años el desempleo en Colombia ha tenido una variación no muy alta, pero que se debe reducirse para el mejoramiento de la calidad de vida de los colombianos.	Apoyar las políticas determinadas por el gobierno para la reducción del desempleo en Colombia
Tasa de Empleo	Se calcula como el cociente entre la población ocupada y la población total en edad de trabajar	Medio	2008:51.30% 2009:53.80% 2010:55.10% F:DANE Para el año 2008 la tasa de desempleo estaba en el 51.30% y para el año 2010 tuvo una variación con relación al año 2008 del 1.07%	Generación de nuevas fuentes de empleo

Amenazas

Desempleo: El panorama laboral colombiano es complicado, no solamente por los efectos de la recesión económica sobre el empleo, sino también por fenómenos estructurales que han hecho que la inserción laboral de los individuos con menor nivel educativo sea cada vez más difícil. Por otro lado está un proceso de avance tecnológico complementario con la mano de obra de alta calificación y sustituto de la de menor calificación.

Oportunidades

Población Económicamente Activa: a medida que aumenta la población en edad para trabajar, esta puede beneficiar al sistema económico, si esta población llega con niveles de educación superior. Debido a que esto manejaría una mayor calidad de la mano de obra utilizada y de este modo brindar un servicio de excelente calidad a los clientes y usuarios.

Empleo: A medida que la tasa de desempleo se reduzca, mejorara la calidad de vida de la población y de la economía en general.

6.2 Entorno Economico

Variables	Definición	Impacto	Análisis	Estrategia
Importaciones	Es la introducción de mercancías de procedencia extranjera al territorio aduanero nacional. También se considera importación la introducción de mercancías procedentes de Zona Franca Industrial de Bienes y de Servicios, al resto del territorio aduanero nacional en los términos previstos en el Decreto 2685 de 1999	Alto	Valor FOB Millones de dólares 2008:37.155 2009:31.188 2010:38.351Fuente:Mincomercio Con relación del año 2009 donde las importaciones fueron 31.188 millones de dólares, aumentaron en el 2010 a 38.351, generando un aumento del 22.96 % frente al año 2009.	Realizar análisis trimestral del comportamiento de la importaciones en Colombia
Exportaciones	<Definición modificada por el artículo 1 del Decreto 1530 de 2008. El nuevo texto es el siguiente:> Es la salida de mercancías del territorio aduanero nacional con destino a otro país. También se considera exportación, además de las operaciones expresamente consagradas como tales en el decreto 2685 de 1999, la salida de mercancías a una zona franca en los términos previstos en el decreto 2685 de 1999.	Alto	Valor FOB Millones de dólares 2008:37.626 2009:32.853 2010:39.820 Fuente:Mincomercio En el año 2010 con relación al 2009 las exportaciones han tenido un incremento porcentual 21.21.	Brindar servicios ágiles a las pymes para fomentar la exportación regional y nacional.
Balanza Comercial	Es la parte de la balanza de pagos que contempla las importaciones y exportaciones de mercancías o bienes tangibles. Se utiliza para registrar el equilibrio o desequilibrio en el que se encuentran estas transacciones respecto al exterior y se expresan en déficit o superávit; el primero cuando son mayores las importaciones; y el segundo cuando son mayores las exportaciones.	Alto	US\$ Millones FOB 2008:376.8 2009:1,372.2 2010:1,387.5 Fuente:Proexport En el acumulado a noviembre de 2010, el superávit comercial de Colombia fue de US\$1,387.5 millones, lo cual representó un aumento del 1.12% respecto al año 2009	Contribuir en el sostenimiento de un balanza comercial positiva para la economía Colombiana

Variables	Definición	Impacto	Análisis	Estrategia
T.R.M	La tasa de cambio representativa del mercado es la cantidad de pesos colombianos por un dólar de los Estados Unidos. Se calcula con base en las operaciones de compra y venta de divisas entre intermediarios financieros que transan en el mercado cambiario colombiano, con cumplimiento el mismo día cuando se realiza la negociación de las divisas. Actualmente la Superintendencia Financiera de Colombia es la que calcula y certifica diariamente la T.R.M con base en las operaciones registradas el día hábil inmediatamente anterior.(BANREP)	Alto	La tasa representativa del mercado varía de acuerdo a movimiento diario de mercado internacional, en el último año la revaluación del peso ha sido representativa, según los datos para el año 2009 el valor promedio fue de 2,156.29 pesos frente a la divisa (USD) y el 2010 fue de 1,897.97. para el año 2011 se ha presentado T.R.M inferior a los 1,800.00	Generar alternativas acerca del Riesgo Cambiario debido a la volatilidad de las divisas
PIB	El PIB (Producto Interno Bruto) de un país representa el valor de todos los bienes y servicios finales producidos dentro de una nación en un año determinado, tanto por empresa nacionales como extranjeras. (BANREP)	Alto	2008:3.5% 2009:1.5% 2010:4.3% Fuente: BANREP Para el año 2010 se evidencio un crecimiento económico debido al fortalecimiento de ciertos sectores económicos del país. Para el año 2011 se espera cumplir con un crecimiento económico del 4.5%.	Establecer nuevas fuentes de ingreso

Amenazas

Las variables macroeconómicas en general juegan un papel importante en la economía de un país, estas puede afectar positiva o negativamente, en los dos últimos años con la desaceleración económica presentada a nivel mundial nos da muestra del impacto negativo que han tenido estas variables en la economía:

PIB: La fuerte desaceleración de la economía colombiana en el año 2009 fue evidente en los diferentes sectores, el crecimiento de la economía colombiana se ubico en niveles inferiores al 3%. Afortunadamente, la desaceleración mundial de las economías no afecto tan profundamente a Colombia y en la actualidad se sostiene nuevamente el crecimiento económico por encima del 3%.

Oportunidades

Importaciones: El ingreso de mercancía al territorio nacional se ha mantenido en el último año en 38,351 Dólares valor FOB, siendo positivo para el país con relación a las exportaciones, se ha mantenido la balanza comercial en un superávit para los productos Colombianos.

Balanza Comercial: El mayor valor FOB de las exportaciones frente a las importaciones Colombia a mantenido el superávit. Es decir que Colombia en el ultimo año logro sacar del país un mayor porcentaje de productos, comparado con el ingreso de mercancía que se obtuvo en el mismo periodo de tiempo.

TRM: La inversión extranjera directa creció a niveles máximos siendo esta una de las fuentes importantes de la tasa de crecimiento que presentó el país en el año inmediatamente anterior. Las monedas de los países emergentes se convierten en activos altamente especulativos cuando la aversión al riesgo se incrementa.

6.3 Entorno Social

Variables	Definición	Impacto	Análisis	Estrategia
Composición Social de la población colombiana	Grupo de personas que se relacionan y se desarrollan en un medio ambiente.	Medio	La integración de las sociedades y comunidades logran fortalecer su estructura y abrir camino al crecimiento poblacional que las compone.	Estudiar las diferentes Sociedades existentes que ayuden al fortalecimiento de la empresa para aumentar los clientes potenciales.
Salario Mínimo	Todo trabajador tiene derecho a percibir un salario mínimo y suficiente para cubrir las necesidades mínimas de el y de su familia. Art 145 C.S.T	Medio	En Colombia se ha establecido un Salario mínimo para el ingreso recibido por un trabajador en razón de su trabajo, los cambios en los costos de vida, hace que cada año el gobierno realice un incremento de acuerdo a las variables macroeconómicas del país.	Contribuir con una asignación Salarial superior a la establecida por el gobierno para mejorar la calidad de vida de los trabajadores
Hábitos de Compra	Son aquellas características que tienen los consumidores en el momento de realizar una compra.	Medio	La necesidad de cubrir las carencias, los compradores establecen su hábitos de compra, esto tiene relación directa con los ingresos percibidos por cada uno de los consumidores.	Proporcionar a los clientes y trabajadores, buenos precios y salarios.

Amenazas

Salario Mínimo: El bajo incremento anual que se presenta al Salario Mínimo que funciona en Colombia, hace que la sociedad no desarrolle un crecimiento. Propiciando así inconformidad salarial de los trabajadores e incremento de la informalidad laboral en Colombia.

Oportunidades

Hábitos de Compra: Cuando los niveles de compras son altos se favorece la circulación del dinero en la economía y esto repercute en el sistema social, generando un ligero mejoramiento en la calidad de vida de la población.

Composición Social: la diversidad de culturas y costumbres que caracterizan a la población colombiana, ha dado lugar a una variada red social que ayuda a la entrada de diversos productos.

6.4 Entorno Político

Variables	Definición	Impacto	Análisis	Estrategia
Política Cambiaria	Es una variable estratégica que establece criterios, lineamientos y directrices con el propósito de regular el comportamiento de la moneda nacional respecto a las del exterior y controlar el mercado cambiario de divisas. Que se realiza a través de un intermediario.	Alto	El mercado cambiario hace parte integral del comercio exterior, pues por medio de esta política se efectúan los pagos relacionados con las importaciones y exportaciones del país.	Contribuir a que todas la negociaciones se realicen de manera legal.
Política Monetaria	La política monetaria, en particular, es el conjunto de medidas que adopta la autoridad monetaria con el propósito de buscar la estabilidad del valor del dinero e, igualmente, evitar desequilibrios prolongados en la balanza de pagos	Alto	La política Monetaria es un instrumento legal que facilita la circulación del dinero, en la economía del país.	Apoyar los procesos de importación y exportación del país
Plan de desarrollo	Es un pacto social entre la comunidad y el estado para planificar el desarrollo territorial. Contiene el programa de gobierno que el alcalde desarrollara en los cuatro años, ósea, los programas, subprogramas, proyectos y metas por alcanzar.	Medio	El actual PD de Cali, "para vivir la vida dignamente" está enfocado el mejorar el bienestar de la comunidad en general contemplando los ámbitos del desarrollo humano, lo que hará que hay un mejoramiento de la calidad de vida de la ciudad, contribuyendo así al crecimiento, social y económico de la región.	Brindar bienestar social y económico a las personas que trabajan en la empresa para contribuir con un grano de arena al cumplimiento del plan de desarrollo.
Política Económica Regional	En Colombia se estudian las políticas regionales y se muestra que las disparidades regionales son significativas y persistentes a lo largo del tiempo. Por ello se hace necesario llevar a cabo una política económica que promueva el desarrollo de las regiones	Medio	Colombia en un país con diversidad cultural y geográfica que proporciona disparidad en el ámbito regional, con la política económica se quiere promover el desarrollo de las regiones más débiles. Actualmente Cundinamarca, Antioquia y el Valle proporcionan el mayor fuerte en el desarrollo de la Política económica regional.	Cumplir con las políticas que ayuden al desarrollo de la política regional

Amenazas

Política Cambiaria: La falta de control por parte de las entidades gubernamentales, proporciona la ilegalidad por no contar con estrategias veraces para que el intercambio de dinero se realice a través de los Banco y las entidades autorizadas por la ley.

Oportunidades

Política Monetaria: La regulación del dinero en circulación hace que la economía se mantenga y crezca de una manera efectiva. Logrando un desarrollo económico sostenido.

Plan de Desarrollo: La ejecución de los planes de desarrollo, genera bienestar a la sociedad en general, debido a que esto contribuye a un crecimiento socio-económico, que beneficia al país.

6.5Entorno Jurídico

Variables	Definición	Impacto	Análisis	Estrategia
La Constitución Nacional	Es la norma fundamental, escrita o no, de un Estado soberano, establecida o aceptada para regirlo. La constitución fija los límites y define las relaciones entre los poderes del Estado y de éstos con sus ciudadanos. Este documento busca garantizar al pueblo sus derechos y libertades.	Medio	Norma que rige a los ciudadanos colombianos y por la cual se rige relación entre los individuos y estos con el Estado.	Trabajar en el marco legal implementado por la Constitución Nacional.
La Legislación Laboral	Definida como el conjunto de normas que regulan una Nación, emitidas por la voluntad soberana de ésta en la forma prevista en su Constitución Nacional, ya sea a través de la rama legislativa, a través de sus cámaras, o excepcionalmente de la rama ejecutiva o judicial. El carácter general de la legislación es mandar, prohibir, permitir o castigar.	Medio	Las Organizaciones están compuestas por individuos y grupos de individuos los cuales tienen derecho a beneficios y normas que estable la legislación laboral.	Llevar a cabo las normas establecidas en el Código Sustantivo del Trabajo - CTS.
Estatuto Aduanero Colombiano	Regula la relaciones jurídicas que se establecen dentro de la administración y las personas naturales o jurídicas, que intervienen, en el ingreso, permanencia, traslado y salida de las mercancías al y desde el territorio nacional.	Alto	Este decreto sirve para aplicar e interpretar lo principios constitucionales de buena fe, se aplica en la totalidad del territorio aduanero nacional sin que afectelos acuerdos internacionales pactados por Colombia.	Establecer políticas internas claras acerca de que siempre se debe cumplir con lo establecido en el estatuto aduanero en el momento de ejercer la actividad de agenciamiento aduanero.
Legislación Fiscal	Corresponde al manejo de los ingresos y los gastos del gobierno para proveer bienes y servicios públicos, redistribuir el ingreso, y afectar la oferta y la demanda agregadas. Está relacionada con la leyes en relaciona a los Impuestos de renta, retención en la fuente Impuesto de valor agregado y todo lo relacionado con materia de impuestos que está dirigido por la Dirección de Impuestos.	Alto	Los gastos del gobierno son financiados atreves de la tributación y adquiriendo deuda ya sea interna (colocando bonos en el mercado financiero o endeudándose con el Banco Central) o en el mercado internacional. Esto significa que los recaudos de impuestos deben igualarse en cada momento.	Investigar permanente de las normas tributarias y cambios que se registren en la legislación fiscal.

Las variables citadas en el entorno Jurídico son importantes en todo lo relacionado con la gestación de una nueva empresa, y más aun si esta se encuentra direccionada a la intermediación aduanera en Colombia.

Conocer la constitución, la legislación laboral, fiscal y aduanera son fundamentales para el funcionamiento de la empresa dedicada al agenciamiento aduanero.

Conocer de forma general y específica cada una de estas normas constituye una oportunidad, en el crecimiento y fortalecimiento del plan de negocio, el no conocerlas podría constituir la más grande amenaza. Debido a que el desconocimiento de la ley no exime de la falta.

6.6Entorno Tecnológico

Variables	Definición	Impacto	Análisis	Estrategia
Acceso a Tecnología	La apertura de nuevos tratados facilita el ingreso de nuevas tecnologías con bajos aranceles que proporcionan la oportunidad de adquirirlas.	Medio	Contar con las herramientas tecnológicas necesarias en lo relacionado con software y hardware necesarios para realizar las actividades relacionadas con el agenciamiento como el registro electrónico de las declaraciones.	Proporcionar tecnologías necesarias para el desarrollo de la actividad.
Innovación	Combinación de capacidades físicas, intelectuales, técnicas, financieras, administrativas que permite la creación de nuevos y mejorados productos y servicios que se ofrecen.	Medio	Las empresa ya sean destinadas a la producción, comercialización o prestación de servicios debe estar siempre a la vanguardia de proceso innovativos o de mejora.	Retroalimentar a todas las áreas de la organización en los procesos de innovación o mejoramiento que se realizaran.
Software	Programa o aplicación que se utiliza para facilitar el registro y procesamiento de la información.	Alto	Para agilizar el servicio los entes han establecido aplicaciones en línea que ayudan con los procesos de legalización de las mercancías.	Brindar un mejor servicio a los clientes
Avance Tecnológico	Creación de nuevas herramientas de sirven para mejorar el entorno	Alto	El ingreso de nuevas tecnologías ha logrado mejorar la función de las agencia de aduanas.	Formar parte de la función publica aduanera

Oportunidades

Software: Permite entregar productos y servicios de mejor calidad para el cliente

Acceso a tecnología: Generan mayor crecimiento en el desarrollo de los procesos y servicios

Innovación: Contribuye al desarrollo de capacidades en la organización

7. ANÁLISIS DEL SECTOR Y SUBSECTOR

Los sectores económicos o sectores de producción, engloban todas las actividades económicas que realizan las personas, es decir, todos aquellos trabajos encaminados a la obtención de bienes materiales y servicios.

La clasificación más sencilla habla de tres sectores económicos: primario, secundario y terciario. Cada uno de ellos se subdivide en ramas o subsectores económicos. A su vez, cada uno de estos sectores o subsectores depende de los otros

7.1 Análisis del Sector

La idea de negocio pertenece al sector de servicios.

Sector servicios

Es el sector económico que encierra todas las actividades económicas que no tienen relación con la producción de bienes materiales, es decir que no se dedican a la producción o transformación de materias primas en productos terminados. Sino que ofrece servicios para satisfacer las necesidades de la comunidad o población en general. Además incluye todas aquellas actividades que no producen mercancía en sí. Este sector es indispensable para el funcionamiento de la economía debido a que facilita la distribución y comercialización de los productos producidos por otros sectores y ayuda a suplir necesidades de la población.

Vale aclarar que los otros dos sectores de la economía fabrican bienes tangibles, por lo cual se les llaman sectores productivos. El tercer sector se considera no productivo y tiene que ver con todo lo relacionado con la satisfacción del cliente en forma intangible, es decir es el sector de servicios, puesto que no produce bienes tangibles y contribuye con el ingreso y del producto nacional. En su mayor parte el sector servicios es el sector especializado que se encarga de realizar las actividades que distraen al sector primario de objetivo principal²³.

El sector servicios facilita la actividad productiva de los otros sectores (sector primario y secundario), debido a que los complementa y hace que cada uno se

²³ WIKIPEDIA ENCICLOPEDIA LIBRE. Sector Servicios [En línea].
<http://es.wikipedia.org/wiki/Sector_servicios>

enfoque a su función principal como es la siembra, producción o transformación de materias primas.

El predominio del sector terciario frente a los otros dos en las economías más desarrolladas permite hablar del proceso de tercerización.

Para conocer la importancia del sector terciario en la economía de un país hay que utilizar dos indicadores:

- ✓ El porcentaje económico que el sector aporta al PIB. En los países desarrollados está en torno al 50-70% del total. Por debajo del 50% se está ante países subdesarrollados.
- ✓ El número de personas que se encuentran empleadas en este sector respecto del total de la población activa. En los países desarrollados es superior al 50%²⁴.

Los subsectores fundamentales son:

- ✓ Administración del Estado
- ✓ Financieros: Seguros, Bancos, Bolsa, asesoría financiera, etc.
- ✓ Comercio: al por mayor, al por menor, comercio internacional, etc.
- ✓ Transporte
- ✓ Turismo
- ✓ Ocio: Restaurantes, música, radio, televisión y cine
- ✓ Educación y deporte
- ✓ Asesoría jurídica y legal
- ✓ Informática y tecnología
- ✓ Cuidados personales y de salud.
- ✓ Comunicaciones (prensa, radio e Internet)
- ✓ Cuidados del hogar

²⁴ WIKIPEDIA ENCICLOPEDIA LIBRE. Sector Servicios [En línea].
<http://es.wikipedia.org/wiki/Sector_servicios>

✓ Otros Servicios

7.2 Evolución del Sector

A Nivel Mundial

Los primeros economistas no consideraban los servicios como un sector económico, puesto que, al contrario que la agricultura y la industria, no producía bienes materiales que intercambiar. No veían cómo, sin producir bienes, se podía aportar algo al desarrollo económico de una sociedad. Pero el bien fundamental que produce el sector servicios es el tiempo, ese liberar a las personas y las empresas de realizar tareas, que son vitales para sobrevivir, pero cuya satisfacción implica emplear un tiempo que no se emplea en la producción. El sector de servicios se ha ido configurando como uno de los sectores más importantes en la economía mundial, teniendo un crecimiento extendido en todas las regiones y en todas las actividades económicas.

La cantidad y calidad de servicios que se pueden ofrecer ha aumentado con el desarrollo de las sociedades capitalistas, especialmente con las que han apostado por el desarrollo de la sociedad del bienestar. Durante la Edad Media y la Edad Moderna los servicios eran muy escasos: comerciantes de ferias, la Administración del Estado, finanzas, mesones y tabernas, servicios religiosos, maestros, servicios personales en los hogares aristocráticos y poco más.

Con la revolución industrial, desde sus comienzos, se hace necesario un aumento de los servicios. La población se concentra en ciudades, trabaja en las fábricas muchas horas y ya no accede a los productos rurales. Se hace necesaria la aparición de tiendas permanentes en las ciudades, y un sistema de transporte estable de las mercancías. La burguesía accede a los servicios personales, antes reservados a la aristocracia. Pero además, surgen servicios para las empresas que impulsan la industrialización: bancos, bolsas financieras, seguros, mantenimiento de maquinaria y un sistema complejo y seguro de transporte que garantice que se ponen al alcance de los consumidores sus productos.

La innovación tecnológica ha sido uno de los factores primordiales para la ampliación de este mercado, cada vez surgen nuevos servicios para ofrecer y más

individuos que intervienen en este comercio, por ello es necesario conocer el comportamiento de la oferta y la demanda de servicios²⁵.

El sector de servicios se dedica satisfacer las necesidades de personas naturales o jurídicas, para que las empresas clientes dediquen su tiempo a su actividad principal, sin necesidad de preocuparse por funciones que no están encaminadas a su razón social.

De otro lado la Administración del Estado se vuelve mucho más compleja. Los ministerios forman una estructura administrativa que se despliega por todo el territorio. Aparece una compleja administración de justicia. Además, para que todo el sistema funcione se hace necesario que la población tenga una instrucción mínima y una salud suficiente. Surgen, así, los sistemas educativos y de salud universales.

El sector servicios es en el que se invierten los beneficios que genera la industria y la agricultura y que no es posible invertir en la propia industria porque descendería la productividad. Su flexibilidad es tal que es capaz de absorber los beneficios que genera el propio sector, creando servicios nuevos.

A pesar que el sector servicios es dominante en todo el mundo, incluso en la mayoría de los países pobres, no en todos ellos tiene una estructura similar. En los países ricos los servicios son muy especializados, de calidad, estables, y muy diversificados. En los países pobres los servicios se parecen más a los presentes en los primeros tiempos de la revolución industrial: servicios personales del hogar, inestabilidad laboral, frecuentemente como trabajo sumergido, de baja calidad y poco diversificado²⁶.

Según cifras de la Organización Mundial de Comercio sobre el comercio de servicios están desagregadas en tres categorías: “Transporte”, “Viajes” y “Otros servicios comerciales”.

Para el año 2010 el 51,2% de las exportaciones correspondieron a la categoría de “otros servicios comerciales”, el 25,2% para viajes y 23,6% para los servicios de

²⁵ COMERCIO DE SERVICIOS. Estadísticas [En línea].
<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/NewsDetail.asp?ID=5393&IDCompany=7> [citado en 22 febrero de 2010]

²⁶ GEOGRAFÍA. Sector Terciario [En línea].
<<http://www.geografia.laguia2000.com/economia/sector-terciario>> [Citado en 7 de Abril de 2008]

transporte. En las importaciones, los “otros servicios comerciales” representaron el 45,7% del total, seguido de los servicios de transporte con 29,9%.

Por regiones geográficas, el comercio mundial de servicios se concentra en la Unión Europea, Asia y América del Norte.

Entre los países que se destacan por exportación de servicios están: Estados Unidos con 13,8% de participación en el total de servicios exportados, seguido del Reino Unido, Alemania y Francia, cada uno con 7,5%, 6,4% y 4,2% respectivamente. En las importaciones de servicios, los países con mayor consumo de servicios comerciales son: Estados Unidos, Alemania y el Reino Unido que demandan el 24,2% del total, y en cuarto lugar, está Japón con una participación de 4,8%.

A nivel Nacional

El sector terciario de la Economía Colombiana (comercialización de bienes y servicios, infraestructura) es un sector que se encuentra en desarrollo gracias a que el gobierno de las últimas dos décadas se ha encargado de incentivar el comercio mediante la creación de zonas francas, procesos diplomáticos que se han encargado de mejorar las relaciones internacionales de Colombia con otros países, establecimiento de aranceles a bienes que no deberían entrar al país para mejorar el flujo de trabajo interno incentivando y dando subsidios a los sectores menos favorecidos con tal que se vuelvan más competitivos, a nivel de sector terciarios de la economía también se han realizado obras de infraestructura que incentivan el comercio interior como exterior. En resumen éste sector se encuentra en crecimiento dado que el gobierno ha definido perspectivas de crecimiento a través de tratados de libre comercio e infraestructura²⁷.

Sector de servicios en Colombia

En Colombia la medición de la producción y el comercio de servicios se está desarrollando por dos vías, mediante las cifras de la Balanza de Pagos elaboradas por el Banco de la República y por la Encuesta Anual de Servicios y la Muestra Trimestral de Servicios que desde el año 2007 viene desarrollando el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas.

²⁷ PROJECT CONSULTING GROUP. Análisis de economía colombiana [En línea].
<<http://www.pcgcolombia.com/en/ftp>>.

La Encuesta Anual investiga la estructura del sector: La Muestra Trimestral surgió para atender la necesidad de disponer de indicadores coyunturales de la producción y el empleo del sector, que permitan su análisis y seguimiento continuo. Estas dos encuestas son el resultado de un esfuerzo interinstitucional de este Ministerio, el DANE, el Departamento Nacional de Planeación y el Banco de la República, que mediante el Comité de Estadísticas de Servicios, están trabajando para mejorar la calidad de las estadísticas del sector servicios y el análisis de las exportaciones de los mismos.

De acuerdo con las cifras de la Balanza de pagos, el comercio de servicios durante los tres primeros trimestres del año 2009 presentó una balanza deficitaria de US\$1.758 millones como resultado de tener exportaciones por valor de US\$3.078 millones e importaciones por US\$4.836 millones. Según el Departamento Administrativo de Nacional de Estadística en Colombia en el periodo de enero a junio del 2010 posee importaciones promedio de USD\$17.268 millones y exportaciones por USD\$19.249 millones según la balanza comercial del país

El comercio de servicios de “Viajes” representó el 47,9% de las exportaciones y por parte de las importaciones se destacaron los servicios de “Transporte” que participaron con el 33,5% del total importado²⁸.

7.3 Análisis del Subsector

Servicios prestados a las empresas

- ✓ Servicios profesionales
- ✓ Servicios de informática y conexos
- ✓ Servicios de arrendamiento o alquiler sin operarios
- ✓ Otros servicios prestados a las empresa

²⁸ COMERCIO DE SERVICIOS. Estadísticas [En línea].
<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/NewsDetail.asp?ID=5393&IDCompany=7> [citado en 22 febrero de 2010]

7.3.1 Servicios de Intermediación Aduanera

La intermediación aduanera constituye una actividad auxiliar de la función pública aduanera, sometida a las regulaciones especiales establecidas en el decreto 2685 de 1999. La intermediación aduanera tiene como fin principal colaborar con las autoridades aduaneras en la recta y cumplida aplicación de las normas legales relacionadas con el comercio exterior, para el adecuado desarrollo de los regímenes aduaneros y demás procedimientos o actividades derivados de los mismos.

Los servicios aduaneros se utilizan para las dependencias gubernamentales que intervienen en el tráfico internacional de las mercaderías que se importan o exportan y que se encargan de cobrar los impuestos que las gravan.

Independientemente de las implicaciones económicas del Comercio Internacional, puede decirse que su intensificación y su regulación son los antecedentes de los servicios aduaneros, considerados éstos ya sea como medio de incrementar los ingresos fiscales a través de los impuestos a la importación y a la exportación, o bien como instrumento para implementar cualquier medida económica de tipo proteccionista que se adopte.

La Aduana juega un rol decisivo en el movimiento de las mercancías a través de las fronteras. Los regímenes aduaneros aplicados a estas mercancías influyen significativamente sobre el rol de la industria nacional en el comercio internacional, y contribuyen en gran medida a la economía nacional. Un despacho rápido y eficaz de las mercancías acrecienta la participación del sector empresarial nacional en el mercado mundial y puede tener una incidencia considerable sobre la competitividad económica de las naciones, favoreciendo las inversiones y el desarrollo de la industria. Permite también a un mayor número de pequeñas y medianas empresas participar en forma activa en el comercio internacional. Las prácticas comerciales modernas hacen posible que las administraciones entreguen regímenes aduaneros simples, previsibles y rentables para el despacho de las mercancías y el movimiento de personas, afrontando en tanto exigencias nacionales e internacionales cada vez más complejas destinadas a asegurar el cumplimiento de la legislación nacional, de acuerdos internacionales y a responder a los desafíos en materia de seguridad.

En el medio económico internacional actual, se pone cada vez más énfasis en las formalidades simples, previsibles y rentables para el movimiento transfronterizo de mercancías, dado que esto es esencial para la estimulación del crecimiento económico a través de la participación nacional en el comercio internacional. Los

volúmenes de mercancías que cruzan las fronteras han aumentado exponencialmente debido a los cambios producidos en el medio comercial internacional, consecuencias de la integración mundial de nuevos sistemas de producción y de entrega, así como de nuevas formas de comercio electrónico. Los esfuerzos internacionales desplegados durante los últimos diez años destinados a mejorar la transparencia del comercio internacional y a reducir las barreras arancelarias han dado origen a resultados significativos. Los gobiernos y otros servicios se concentran actualmente en las barreras no arancelarias y en su impacto en la economía y el comercio de un país²⁹.

7.4 Evolución del Subsector

7.4.1 Servicios de Intermediación Aduanera

La Organización Mundial de Aduanas comenzó en 1947, año en el cual los trece Gobiernos representados en el Comité de cooperación económica europea acordaron crear un Grupo de estudio. Este Grupo examinó la posibilidad de establecer una o más uniones aduaneras entre los diferentes países europeos, considerando los principios del Acuerdo general sobre aranceles aduaneros y comercio (GATT).

En 1948, el Grupo de estudio creó dos comités, uno económico y el otro aduanero. El comité económico fue el predecesor de la Organización de cooperación y de desarrollo económicos (OCDE), y el comité aduanero pasó a ser el Consejo de Cooperación Aduanera (CCA).

En 1952, entró en vigor la Convención que establece formalmente el CCA. La sesión inaugural del Consejo, órgano rector del CCA, fue celebrada en Bruselas, el 26 de enero de 1953. Representantes de diecisiete países europeos asistieron a la primera sesión del CCA.

Después de haber aumentado el número de Miembros, el Consejo adoptó el nombre oficial de Organización Mundial de Aduanas (OMA) a fin de reflejar con mayor claridad su transición hacia una institución intergubernamental de vocación mundial. Es actualmente la voz de 165 administraciones Miembros que operan en

²⁹ SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS. Rol de la aduana en la facilitación del comercio [En línea].<<http://www.aduana.cl/...aduana/.../20070301122328.html>>

todos los continentes y representan todas las etapas del desarrollo económico. Hoy en día, los Miembros de la OMA son responsables de la administración de más del 95% de la totalidad del comercio internacional.

La facilitación del comercio es uno de los principales factores del desarrollo económico de las naciones y forma parte de la agenda política de los países respecto al bienestar, a la reducción de la pobreza y al desarrollo económico de los países y sus ciudadanos.

En el actual contexto comercial internacional, la aduana cumple un rol fundamental no sólo en responder a los objetivos fijados por los gobiernos, sino que también en garantizar controles eficaces para asegurar los ingresos fiscales, el respeto de la legislación nacional, la seguridad y la protección de la sociedad. La eficacia y eficiencia de los procedimientos aduaneros influyen considerablemente en la competitividad económica de las naciones, en el crecimiento del comercio internacional y en el desarrollo del mercado global³⁰.

El comercio internacional ha desarrollado desde siglos atrás un auge grandioso, logrando realizar operaciones de gran complejidad, que comprometen grandes distancias y cuyos valores son totalmente significativos. La dinámica del comercio ha hecho necesaria la participación de Agentes externos como intermediarios entre la Aduana y los usuarios aduaneros.

El avance tecnológico, ha dado nuevas orientaciones y normas aduaneras que han logrado la adecuación de la labor aduanera, pasando a ser, el Agente de Aduanas un Auxiliar de la función pública aduanera, conferido el principio de buena fe, con todo lo que ello significa.

Actualmente muchas de las Agencias de Aduanas brindan una atención integral al usuario, en los diferentes aspectos relacionados con el comercio internacional. Son auxiliares de comercio y actúan en todas las operaciones de embarque, desembarque y despacho de mercancías. Actúan en nombre propio, en representación o por encargo de un tercero y representan en forma habitual, ante las aduanas, a los consignatarios o consignantes en los trámites y operaciones aduaneras. Su actuación, puede ser amplia y sin limitaciones para el ejercicio de su gestión³¹.

³⁰ SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS. Facilitación del comercio [En línea].<http://www.aduana.cl/prontus_aduana/site/artic/20070301>

³¹ MONOGRAFÍAS. Comercio exterior [En línea].<<http://www.monografias.com> > Derecho>

El Agente de Aduanas puede prestar sus servicios ante cualquier Aduana del país: tienen el carácter de ministros de fe, en cuanto a que la Aduana podrá tener por cierto los datos que registren en sus declaraciones.

En Colombia existen entidades que se han creado con el fin de regular, reglamentar y brindar apoyo a los exportadores e importadores Colombianos esta normatividad rige para el territorio nacional, y está dividida por jurisdicciones aduaneras. Es evidente que las actividades de comercio exterior en el mundo están creciendo a un ritmo acelerado, por tal razón Colombia no puede ser ajena a este movimiento en el cual está involucrado. Con el fin de promocionar la cultura exportadora y guiar a los empresarios colombianos en su proceso de internacionalización, se han creado diversas instituciones y programas tanto de carácter público como privado.

Las instituciones Colombianas relacionadas con el comercio exterior son:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Dirección General de Comercio Exterior.
- Proexport
- Banco de la República.
- Bancoldex.
- Fiducóldex.
- Departamento Nacional de Planeación.
- Icontec
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística

Estas entidades brindan soporte y normatividad a los empresarios que tienen vínculo con el comercio exterior y a las empresas en general.

En los últimos años el Ministerio de Comercio Exterior de Colombia ha liderado la elaboración y desarrollo de una política de competitividad en las instituciones públicas, las empresas y en la ciudadanía, orientada en principio a mejorar el perfil exportador de la economía nacional y a garantizar una adecuada inserción del país en la economía internacional. Gradualmente esta política ha desembocado en la formulación de planes, programas y proyectos de mejoramiento de la competitividad por sectores productivos (cadenas productivas) y, a nivel transversal, de las regiones y ciudades, cruzándose con los programas que en

igual sentido realizan las instituciones municipales, departamentales y regionales, del orden público y privado³².

El Gobierno Nacional, de acuerdo con el Plan de Desarrollo Exportador, pone a disposición del pequeño y mediano empresario colombiano, un innovador programa de desarrollo denominado EXPOPYMES, el cual otorga a las PYMES un apoyo integral y dirigido para posicionar exitosamente sus productos en los mercados extranjeros.

EXPOPYMES busca promover el desarrollo de nuevos productos, procesos productivos y métodos de gestión destinados a la exportación, a través de metodologías e instrumentos de apoyo diseñados por el programa.

7.4.2 Acuerdos Comerciales

“Colombia ha venido estructurando una política de integración abierta, gracias a la cual goza de mercados libres en el ámbito mundial.

- Tratado de Libre Comercio, (Colombia-Estados Unidos)

El Tratado de Libre Comercio es un acuerdo entre Colombia y Estados Unidos con el fin de eliminar los obstáculos al intercambio comercial entre los dos países y mejorar las condiciones de acceso de sus productos.

Comunidad Andina de Naciones (CAN)

El esquema de integración económica más importante para Colombia es el de la CAN que funciona bajo el amparo de la ALADI. En virtud de este Acuerdo, Colombia tiene libertad de intercambio comercial con Bolivia, Ecuador y Perú, países miembros de la CAN.

- Tratado de Libre Comercio de los Tres (TLC-G3)

En 1995 entró en vigencia el TLC entre Colombia, Venezuela y México. Con un itinerario de desgravación asimétrica, los aranceles de los tres países se igualarán en un plazo de diez años, integrando un mercado de 145 millones de habitantes

³² UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Centro de Investigación de Desarrollo [En Línea]. <<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/>>

con un producto de más de US\$ 400,000 millones, teniendo en cuenta los sectores sensibles de cada país. Actualmente Venezuela no hace parte de este.

- Acuerdo de Complementación Económica con Chile

En virtud de este acuerdo, se encuentra desgravado el 95% del comercio bilateral que corresponde al 96% del universo arancelario de Colombia. El porcentaje restante quedará totalmente liberado, con un arancel igual a cero, en el 2012. El Acuerdo, además, define una zona de libre comercio mediante la eliminación gradual de los gravámenes aduaneros y de las barreras no arancelarias.

- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

Establecida mediante el Tratado de Montevideo de 1980, la ALADI permite la concertación de acuerdos de alcance parcial entre los países y áreas de integración económica de América Latina. Adicionalmente, gracias al Convenio de Pagos Recíprocos el comercio entre los miembros de la Asociación puede canalizarse sin riesgo del intermediario financiero, lo que genera facilidades de crédito tanto al comprador como al proveedor.

- Comunidad del Caribe (CARICOM)

CARICOM es un programa de liberalización del comercio que entró en vigencia a partir del primero de enero de 1995, tomando en consideración la diferencia en los niveles de desarrollo relativo de los países miembros del acuerdo, dentro de los cuales Colombia es el de mayor desarrollo económico relativo.

Los 12 países miembros de CARICOM que participan como signatarios de este Acuerdo de Alcance Parcial son: Trinidad y Tobago, Jamaica, Barbados, Guyana, Antigua y Barbuda, Belice, Dominica, Granada, Monserrat, San Cristóbal y Nieves, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas.

- Acuerdo de Complementación Económica MERCOSUR y Colombia

El Tratado de Libre Comercio entre Colombia, Ecuador y Venezuela (países de CAN) y Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay (miembros del MERCOSUR) entró en vigencia el primero de abril de 2004. Este Acuerdo impulsará la libre circulación de bienes y servicios y la eliminación de las restricciones arancelarias y no

arancelarias, con lo cual, se esperan incrementos sustanciales en las exportaciones colombianas.

- Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA)

Los 34 países americanos, con excepción de Cuba, se han comprometido a construir un área de libre comercio para el año 2005. El ALCA ofrecerá estabilidad jurídica con normas claras y transparentes que favorecerán los flujos de comercio e inversión en el hemisferio haciéndolos más predecibles y menos vulnerables a los a las acciones unilaterales de los gobiernos. Además se establecerá un sistema unificado de solución de controversias que garantizará la correcta aplicación de las disciplinas.

- Colombia en la Cuenca del Pacífico

Colombia pertenece al PacificBasinEconomic Council -PBEC-, llamado también Club del Pacífico. Esta es una asociación no gubernamental conformada por los más importantes empresarios de países con costas sobre el Pacífico, cuyo propósito es el de incrementar el mutuo conocimiento, el flujo de negocios e inversión, la cooperación económica, la transferencia de la tecnología y el turismo, entre otros³³.

TLC (Colombia – Canadá): El acuerdo de libre comercio firmado en el año 2008, y el cual entro en vigencia el 15 de agosto del 2011. Pretende fortalecer el crecimiento potencial de la economía colombiana y generar mayor desarrollo. Debido a que Canadá es una de las naciones mas ricas del mundo y genera el 2.6% del PIB mundial.

Estos acuerdos comerciales hacen que la integración económica Colombia sea posible y trae prebendas para los exportadores, debido a que estos acuerdos dan beneficios para ciertos productos.

El intercambio de bienes es un factor principal para que existan empresas dedicadas a prestar servicios de intermediación y asesoría aduanera. Colombia cuenta con un gran número de productos agrícolas y manufacturados que pueden ser exportados al exterior y competir con otros productos producidos a nivel mundial. Para que el intercambio ocurra de forma que se beneficien los países y

³³ PRODUCTOS DE COLOMBIA. Acuerdos Comerciales Internacionales y Preferencias Arancelarias [En Línea]. [http:// <www.productosdecolombia.com/main/guia/Acuerdos.asp>](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Acuerdos.asp)

existen, gana, gana, se han creado los acuerdos y tratados internacionales que pretenden amenizar el comercio entre dos o varios países, como los citados anteriormente.

Estos acuerdos también se firman con el propósito de implementar estrategias conducentes a lograr la competitividad externa e interna de las cadenas productivas.

El intercambio comercial entre Colombia y los países con los que tiene Acuerdos se incrementó un 58% en el periodo 2005 – 2010. En el caso de las exportaciones de Colombia a los países con los que tiene Acuerdos, éstas se incrementaron 54% en el periodo 2005 – 2010.

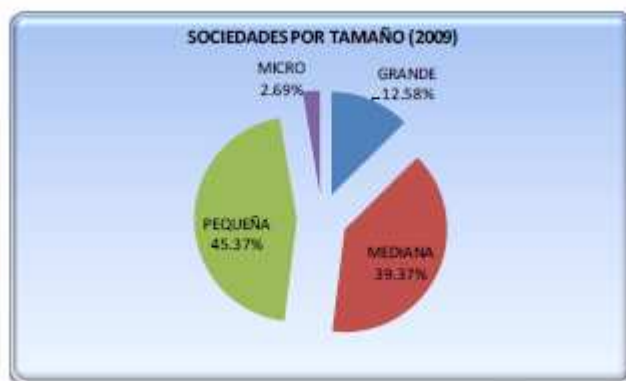
8. ESTUDIO DE MERCADO

8.1 Investigación de Mercados

a. Análisis del mercado

En el ámbito organizacional se distinguen tres tipos de empresas las grandes, las medianas y las pequeñas estas dos últimas son conocidas como las PYMES y donde mayor cantidad de negocios hay constituidos, este tipo de empresas funciona en todo los niveles del estado es decir que las hay a nivel local, regional y nacional.

En el siguiente cuadro se observa que porcentaje tiene las empresas Colombianas por tamaño. Las pequeñas empresas en Colombia tienen el 45.37% de las sociedades, seguidas por la mediana empresa que tiene el 39.37% y la micro y grandes empresas tiene el 2.69% y 12.58% respectivamente durante el año 2009.



Fuente: Superintendencia de Sociedades

En esta grafica se puede observar que los ingresos de la sociedad colombiana son diferentes de acuerdo a su tamaño. Las grandes empresas tienen ingreso por el 72.43% del mercado y las medianas el 22.05% y las pequeñas solo obtienen del mercado un 5.51% durante el año 2009



Fuente: Superintendencia de Sociedades

El mercadeo juega un papel importantísimo en la vida actual porque gracias a todas sus actividades desarrolladas con los agentes en la economía, las personas pueden disfrutar de los bienes necesarios para satisfacer las necesidades y mantener el nivel de vida.

En el frente internacional, en el mes de marzo de 2009 la crisis tocó fondo. A partir de entonces, la economía de Estados Unidos comenzó a dar señales débiles que alentaron a muchos a pensar que lo peor de la crisis había pasado. En todos los países los gobiernos continuaron con sus planes de apoyo fiscal para estimular las economías. En Europa, entre tanto, en algunos países como España la situación siguió complicada.

Las empresas colombianas han tenido que buscar estrategias de mercadeo para mantenerse y ser competitivas, debido a la globalización donde los nuevos entrantes han causado des-estabilidad para estas empresas y principalmente para las PYMES debido a que estas no cuentan con la infraestructura, los recursos financieros sostenibles para competir con compañías entrantes, por lo tanto este tipo de empresa tiene que tener en cuenta que:

- El Mercado está cambiando constantemente.
- La Gente olvida muy rápidamente.
- La Competencia no está dormida.
- El Mercadeo establece una posición para la empresa.
- El Mercadeo es esencial para sobrevivir y crecer.
- El Mercadeo le ayuda a mantener sus clientes.

- El Mercadeo incrementa la motivación interna.
- El Mercadeo da ventaja sobre la competencia dormida.
- El Mercadeo permite a los negocios seguir operando.
- Todo empresario invierte dinero que no quiere perder

La estructura socioeconómica colombiana está conformada básicamente por micro, pequeñas y medianas empresas que constituyen el principal motor de la economía y del empleo representando en la actualidad el 85% de la participación empresarial en Colombia con un aporte del 90% del empleo general estableciendo un factor clave de economía y competitividad. En el ámbito internacional su importante papel en materia de creación de riqueza y generación de empleo contrasta con las desventajas inherentes a su “pequeña” dimensión. Existe en nuestro país un régimen legislativo que reconoce una serie de políticas específicas de actuación dirigidas a lograr la creación, expansión y competitividad de las PYMES, con el objetivo de mantener el crecimiento del empleo e incrementar los niveles de producción y riqueza en el país. Pero uno de los problemas tradicionales, y al mismo tiempo “clave” para alcanzar dicho objetivo es la dificultad de acceso por parte de las PYMES a la financiación.

La escasez de recursos económicos en las PYMES es el principal obstáculo de su crecimiento y desarrollo, razón por la cual deben recurrir a distintas fuentes de financiación internas o externas como alternativas para el cumplimiento de los compromisos previamente adquiridos, aunque tengan un alto costo para ellas. De allí la importancia de contar con efectivas fuentes de financiación que le permitan operar, modernizarse, crecer, cumplir sus obligaciones financieras, estatales y retribuir económicamente a sus propietarios.

Lo más importante es que se debe saber quién es nuestro cliente, el mercado es muy amplio y está compuesto por personas con necesidades muy diversas, es sumamente difícil por no decir imposible para una empresa, especialmente una PYMES satisfacer las necesidades de todo el mercado, por esto se debe conocer qué segmento(s) del mercado son los que se pueden atender mejor, y canalizar todos los esfuerzos hacia este o estos segmentos. Escoger el mercado objetivo de la idea de negocio, debido a la actividad, trabajar con todas las empresas naturales o jurídicas que importan o exportan, materias primas, bienes o servicios. Empresas medianas y pequeñas, ubicadas a nivel local, regional y nacional que requieran los servicios de intermediación aduanera para las importaciones, exportaciones y asesorías aduaneras de acuerdo al sector al que pertenezcan.

Para la idea de negocio los clientes potenciales serán las pequeñas y medianas

empresas de diferentes sectores (Alimentos, Cuero y Calzado, Muebles y Madera, Textil y Confecciones, Artes Gráficas, Plástico y Químico, Metalúrgico y Metalmecánico, Autopartes y Minerales no Metálicos) que comercialicen y produzcan productos o realicen servicios de reparaciones a maquinas rotativas, que requieran de las agencias de intermediación aduanera para realizar la importación o la exportación de materias primas o productos que fabrican o comercializan en la ciudad.

La MiPYMES en el panorama empresarial colombiano. Representan el 96.4% de los establecimientos, el Valle posee el 9,6% de las MiPYMES del país. Estas micros, medianas y pequeñas empresas serán los clientes que la empresa pretende atender inicialmente. Debido a que por disposiciones legales relacionadas con el comercio internacional todos los bienes y servicios que salen o ingresan a un país deben realizar sus proceso de nacionalización o exportación e igualmente deben cumplir con requisitos legales enmarcados al tipo de producto, la gran mayoría de empresa ubicadas en el territorio nacional deberán realizar por medio de agencias de aduanas la importación y exportación de los productos que requieran.

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE las PYMES son hoy por hoy fuentes generadoras de empleo y de funcionamiento de la economía, se han formado como uno de los primordiales generadores de desarrollo, pues estas soportan la mayor producción de bienes y prestación de servicios para alimentar cualquier economía, no siendo Colombia la excepción puesto que es país de empresarios micro, pequeños y medianos.

El Gobierno actualmente ha creado una real y adecuada formulación de políticas tendientes a impulsar el progreso de las PYMES mediante líneas de créditos y otros tipos de ayudas; aunque solo desde hace pocos años el tema alrededor de las PYMES en el país ha alcanzando un nivel de importancia, sin embargo, también es claro el hecho de que aún continúan existiendo muchas dificultades que estos sectores deben enfrentar para poder sobrevivir.

b. Análisis de la Competencia

✓ Competencia

Comprender la competencia es parte primordial de la creación y crecimiento del negocio. Conocer los competidores y que están haciendo. Las estrategias de promoción y el éxito en las ventas están influenciadas por la capacidad que se tenga para hacer distinguir el negocio de otros. Si se conoce los competidores y lo que están haciendo, se podrá establecer una diferencia con ellos. Y se lograra establecer una ventaja competitiva

Al identificar a los competidores, es importante saber que éstos pueden ser directos o indirectos. Es fácil saber quiénes son los competidores directos, dado que venden el mismo producto o servicio. Por otro lado, los competidores indirectos son los que venden productos o servicios a su mercado aunque no exactamente lo mismo. Compiten por el dinero del mercado.

Competencia

- ✓ Agencia de Aduanas Nivel 1
- ✓ Agencia de Aduanas Nivel 2
- ✓ Agencia de Aduanas Nivel 3
- ✓ Agencia de Aduanas Nivel 4

De acuerdo al Decreto 2883 de agosto de 2008. Se establecen unos niveles para clasificar las agencias de aduanas, y por lo cual la agencia de aduanas Global Group tendrá como competencia directa todas las otras agencias pero principalmente aquellas clasificadas en el nivel 1 y 2, que se encuentren a nivel local y las que están ubicadas en la ciudad de Cali, ubicación donde operaria la oficina principal de Global Group. Como competencia Indirecta, se tendrá a los almacenes de depósito, y todos aquellos que tengan relación directa con el comercio exterior.

Como la empresa estará direccionada a prestar los servicios a la pequeña y mediana empresa, generándoles apoyo en su proceso de importación y exportación de bienes y servicios, al igual que muchas agencias ubicadas a nivel local, la competencia directa como las agencias de nivel 1, son percibidas por las PYMES como aquellas empresas destinadas a brindar el agenciamiento aduanero

a empresas grandes o multinacionales, para lo cual estas no son atractivas, por tal razón la empresa tendrán una buena aceptación para aquellos pequeños y medianos empresarios.

Competencia Directa

- ✓ Agencia de Aduanas Agecoldex S.A. Nivel 1
- ✓ Agencia de Aduanas Atlantis S.A. Nivel 2
- ✓ Agencia de Aduanas Colmás Ltda. Nivel 1
- ✓ Agencia de Aduanas Magnum Logistics S.A. Nivel 1
- ✓ Agencia de Aduanas Custom Internacional S.A. Nivel II
- ✓ Agencia de Aduanas Isaso S.A. Nivel 1
- ✓ Agencia de Aduanas Junior Aduanas S.A. Nivel 2
- ✓ Agencia de Aduanas Servade S.A. Nivel 1
- ✓ Agencia de Aduanas Sidecomex S.A. Nivel 1

Servade S.A.

Como Agentes de Aduanas Nivel 1 viene prestando el servicio de comercio exterior desde hace más de 26 años, garantizando que los procesos de importación y exportación de los clientes se logren de manera eficiente y efectiva en todos sus conceptos, siempre con el conocimiento del cliente y cumpliendo con todos los requisitos aduaneros y legales.

Servicios

- Agenciamiento Aduanero Importaciones y Exportaciones
- Regimen Especial

Custom Internacional S.A.

Sociedad de Intermediación Aduanera mediante resolución No.300000294092/04 por la DIAN, que cuenta con oficinas propias en Cali, Bogotá, Buenaventura, Cartagena, Cúcuta e Ipiales, a través de las cuales se llevan a cabo todos los trámites de importación y exportación.

Cuenta con la infraestructura Humana y física para dar agilidad a las gestiones de Comercio Exterior, manteniendo una alta capacitación de su personal en Legislación Aduanera para Ofrecer a sus clientes asesorías, Optimización de costos y entregas oportunas.

Análisis de la clasificación arancelaria y estudio de facturas proformas de cada importación.

Elaboración de registros y Licencias de Importación que sean necesarios.
Extensión de puerto. Traslado por Planilla o DTA.

Agecoldex S.A.

Organización orientada a prestar servicios de Intermediación Aduanera y Asesoría Técnica oportuna y permanente, en las áreas de Comercio Exterior y Aduanas con cubrimiento en las principales ciudades y puertos del país, desde 1976.

En 1.999 fueron certificados por el Icontec con las Normas ISO 9002/94; En Abril del 2002 se re certificaron con la VERSIÓN 9001:2000 y en este mismo año obtuvieron la certificación BASC para los procesos de Exportación

Servicios

- Intermediación Aduanera
- Asesorías
- Registro e Inscripción Ante la DIAN

Magnum Logistics S.A.

Busca ser la empresa más rápida y eficiente en nacionalizar las mercancías de nuestros clientes.

Servicios

- Gestión integral del trámite aduanero
- Asesoría estratégica en los requisitos para importar y exportar (Clasificación arancelaria, certificados de origen, licencias y vistos buenos)
- Análisis del costo
- Administración de regímenes especiales (Depósitos Privados, Plan Vallejo y Zonas Francas)
- Capacitaciones

Beneficios

- Tiempos mínimos de nacionalización
- Trazabilidad, documentación en línea y archivo digital
- Disponibilidad de declaraciones de importación a través de la Web
- Seriales en línea con sus respectivas declaraciones
- Sistema automático de alertas y alarmas de vencimientos de términos

✓ **Amenaza de nuevos entrantes**

Nuevas empresas pueden ingresar al mercado. Los servicios de intermediación aduanera, no es un negocio donde exista una posibilidad alta de nuevos entrantes debido a que hace parte de un subsector muy selecto, que debe tener muchos años de experiencia en todo lo relacionado con el comercio exterior y no solo con esto sino con la reglamentación que rige a las agencias de aduanas en Colombia.

✓ **Servicios Sustitutos**

Una empresa debe estar siempre pendiente de productos o servicios que puedan reemplazarla en el mercado. La agencia de aduanas tendrá competidores directos a otras agencias que presten los mismos servicios que se ofrecen, pero en ningún momento otro tipo de servicio podrá sustituir el que la agencia de aduanas realiza, debido a que el régimen aduanero es muy específico en este tema. Aunque los almacenes de Depósito, podrían en algún momento ser un sustituto de los servicios que presta no solo agencia de aduanas Global Group sino todas las agencias de aduanas actuales.

✓ **Poder de negociación de los clientes**

Existente mercados muy competitivos y donde ganarse una porción representativa del mercado, exige unas estrategias veraces para llegar a competir, en el caso de subsector de servicios que abarca esta idea de negocio, los precios son muy competitivos en cada jurisdicción aduanera, se entra a gestionar como se presta el servicios, y los beneficios que puede ofrecer trabajar con un agencia de aduanas o con otra.

✓ **Poder de negociación de nuestro proveedores**

Las agencias de aduanas tienen como principal proveedor a la Dirección de Impuesto y aduanas nacionales que tiene un alto nivel de negociación con sus usuarios por el sistema que se maneja en el relacionado con los tributos aduaneros, con el resto de proveedores, se puede lograr negociaciones que beneficien la empresa.

c. Análisis de Datos

1. Muestra

En el Valle de Cauca hay aproximadamente 7735 empresas y 1290 empresas que realizan actividades de comercio exterior según la DIAN, las cuales representan el 17% de las empresas.

De las 1290 empresa que realizan actividades de comercio exterior, se tomo el 17% de estas que seria 219 empresas, para de este modo obtener una muestra de 81 empresas a indagar.

N= 219

NC= 93%

D= 8%

n= ?

P=50%

Q=50%

$$n= (0,5*0,5)/((0,08/1,81)^2 + ((0,5*0,5)/219))$$

n= 81

2. Análisis de Información

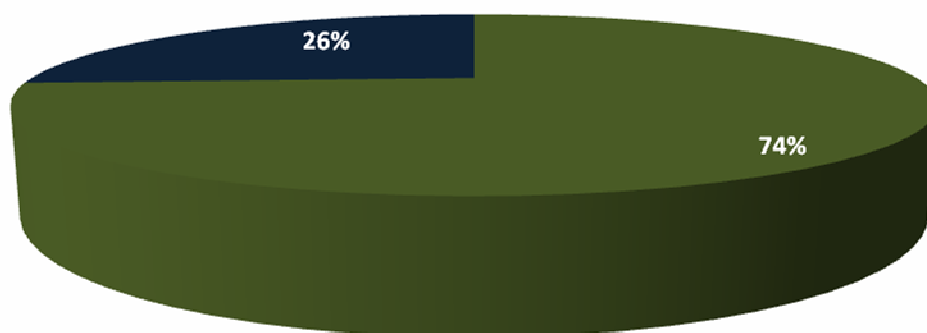
¿Su empresa realiza operaciones de comercio exterior?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
SI	60	74%	74%
NO	21	26%	100%
Totales	81	100%	

Fuente: Encuestas realizadas en Octubre -Noviembre de 2010

¿Su empresa realiza operaciones de comercio exterior?

■ SI ■ NO

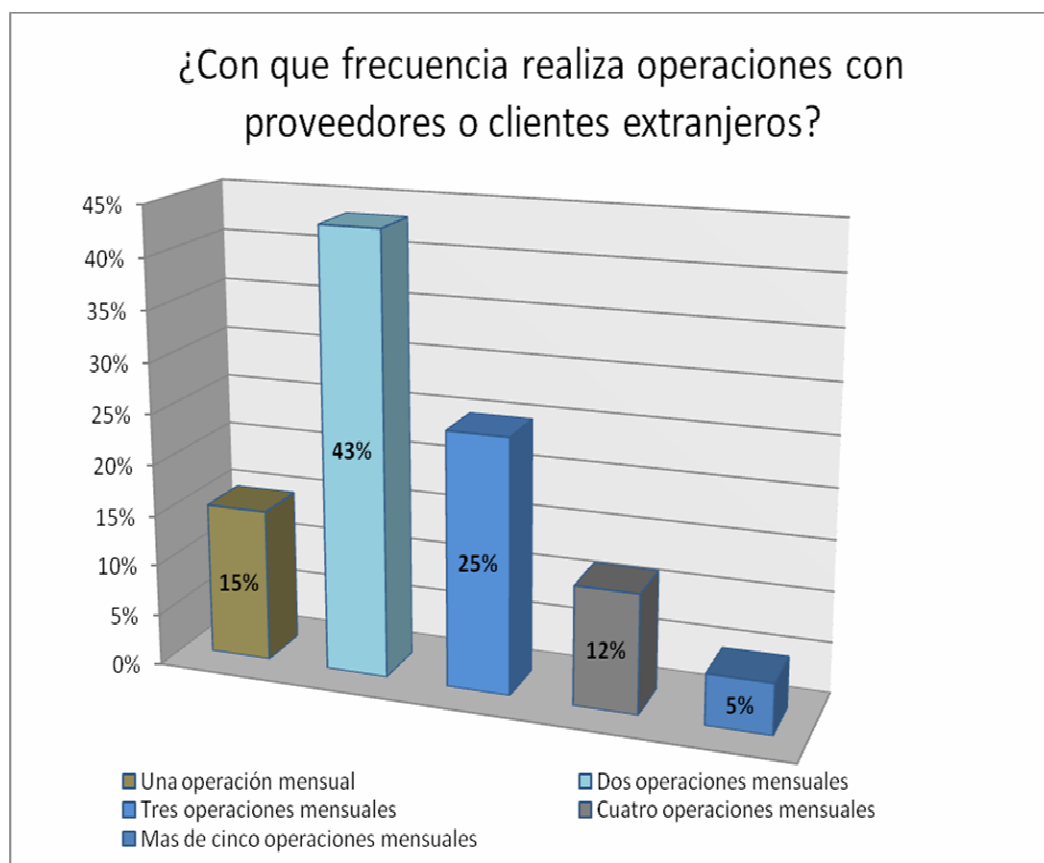


El 26% de las empresas encuestadas no realizan negociaciones relacionadas con el comercio exterior y el 74% de ellas si realiza operaciones de comercio exterior.

¿Con que frecuencia realiza operaciones con proveedores o clientes extranjeros?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Una operación mensual	9	15%	15%
Dos operaciones mensuales	26	43%	58%
Tres operaciones mensuales	15	25%	83%
Cuatro operaciones mensuales	7	12%	95%
Mas de cinco operaciones mensuales	3	5%	100%
Totales	60	100%	

Fuente: Encuestas realizadas en noviembre -diciembre de 2010



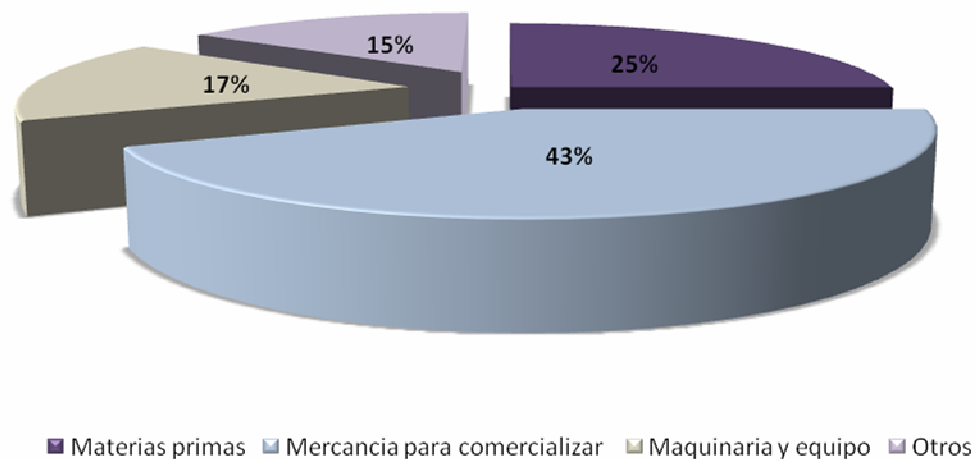
En la frecuencia de realizar operaciones de comercio exterior el 43% realiza dos operaciones al mes, el 25% tres operaciones por mes, el 15% una al mes, el 12% cuatro veces al mes y el 5 % realiza mas 5 operaciones de comercio exterior al mes.

¿Que tipo de Productos Importan?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Materias primas	15	25%	25%
Mercancía para comercializar	26	43%	68%
Maquinaria y equipo	10	17%	85%
Otros	9	15%	100%
Totales	60	100%	

Fuente: Encuestas realizadas en noviembre -diciembre de 2010

¿ Que tipo de Productos Importan?



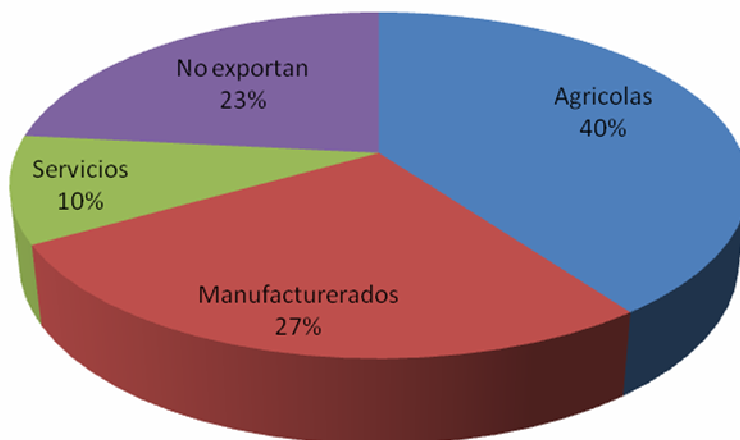
El 43% de las empresas importa mercancía para comercializar el 25% materias primas el 15% otros y 17% maquinaria y equipo.

¿ Que tipo de Productos Exporta?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Agrícolas	24	40%	40%
Manufactureros	16	27%	67%
Servicios	6	10%	77%
No exportan	14	23%	100%
Totales	60	100%	

Fuente: Encuestas realizadas en noviembre -diciembre de 2010

¿ Que tipo de Productos Exporta?



El 40% realiza exportaciones agrícolas, el 27% relacionados con productos manufacturados, el 23% no realizan procesos de exportación y 10% exporta servicios.

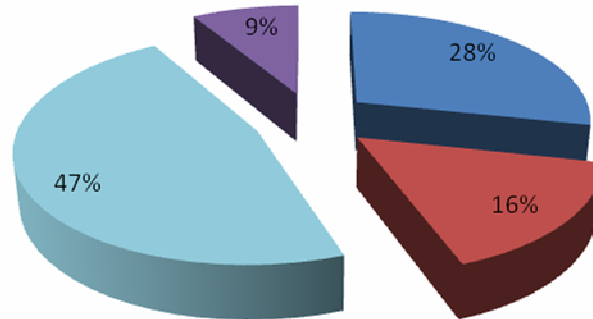
¿Que características busca que le ofrezca su proveedor en los servicios que presta?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Bajos precios	23	28%	28%
Agilidad	13	16%	44%
Servicio de calidad	38	47%	91%
Respaldo	7	9%	100%
Totales	81	100%	

Fuente: Encuestas realizadas en noviembre -diciembre de 2010

¿Que características busca que le ofrezca su proveedor en los servicios que presta?

■ Bajos precios ■ Agilidad ■ Servicio de calidad ■ Respaldo



Del total de empresas encuestadas el 47% considera que lo que busca en sus proveedores es un excelente servicio al cliente. El 28% considera que el precio juega un papel importante a la hora de calificar a su proveedor, el 16% prefieren agilidad y justo a tiempo y el 9% prefiere un respaldo antes que todo.

8.2 Estrategia de Mercados

Se realizó una investigación teórica acerca de la reglamentación aduanera en Colombia y se realizó encuesta a diferentes empresas de Cali y se realizó observación e indagación a empresas que ejercen la intermediación aduanera en Colombia, y las cuales cuentan con sucursales en ciudades estratégicas, donde se mueve el comercio exterior como son Cartagena, Buenaventura, Ipiales, Medellín, Bogotá, Barranquilla y Cali, y se tuvo en cuenta experiencia propia adquirida en la importación de materias primas y exportación de equipos para el sector servicios dedicado a la reparación de devanados y mantenimiento de máquinas rotativas en general e igualmente a la experiencia adquirida en el régimen cambiario.

a. Concepto de Servicio

“Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien. La presentación de un servicio no resulta en posesión, y así es como un servicio se diferencia de proveer un bien”³⁴.

Es donde se selecciona y diseña el servicio con las características técnicas exigidas por el cliente.

- ✓ Qué productos o Servicios ofrecer
- ✓ Con qué frecuencia utilizarían los servicios
- ✓ Cualidades a ofrecer
- ✓ Beneficios recibidos por los clientes

La agencia de aduanas prestara servicios de intermediación aduanera relacionados a continuación:

- ✓ Nacionalización
- ✓ Exportación
- ✓ Elaboración de Declaración de Importación

³⁴ MI TECNOLÓGICO. Definición Conceptos Servicios [En Línea].
<<http://www.mitecnologico.com/.../DefinicionConceptoServicios>>

- ✓ Elaboración de Declaración de exportación
- ✓ Elaboración de Formulario de valor
- ✓ Pre inspección
- ✓ Gastos varios y seguros
- ✓ Formularios de valor
- ✓ Registro de importación
- ✓ Elaboración de registros
- ✓ Hoja Adicional de Registro de Importación
- ✓ Trámites Aduaneros
- ✓ Asesorías en comercio exterior

Frente a la competencia la empresa tendrá como fortaleza generar valor agregado en los aspectos relacionados con el servicio al cliente y la agilidad del mismo, al igual que las otras agencias de aduanas la empresa prestara servicios relacionados con la importación, exportación, asesoría y trámites aduaneros como se describió anteriormente.

b. Estrategia de Distribución

La estrategia de plaza o distribución consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se venderán u ofrecerán los productos o servicios a los clientes.

La empresa se ubicara en la zona centro -oriente de la ciudad de Santiago de Cali en el barrio Salomia cerca a el depósito aduanero Aintercarga, deposito con el cual se pretender realizar alianza.

c. Estrategia de Precio

El precio es una variable controlable que se diferencia de los otros tres elementos de la mezcla de mercadotecnia (producto, plaza y promoción) en que produce ingresos; los otros elementos generan costos.

El valor que el cliente paga por los servicios o productos que compra se denomina precio. Para que el precio establecido a un producto o servicio sea competitivo debe ser aceptado por el mercado para de esta manera pueda producir los ingresos necesarios para el sostenimiento de toda empresa.

- ✓ Precio dispuesto a pagar por los servicios

En toda buena estrategia de precios es primordial conocer cuanto esta dispuesto a pagar el cliente por ese producto o servicio.

- ✓ Análisis de Precios frente a la Competencia

Conocer los precios de la competencia favorece el ingreso de la empresa y logra abarcar mas mercado.

Por los servicios prestados los pagos serán anticipados y solo para el cliente potencial se ofrecerá crédito para el pago de los servicios ofrecidos, el pago de los impuestos generados por la mercancía a nacionalizar o exportar si deberá ser cancelado por anticipado. El valor CIF será de acuerdo ala tasa semanal inmediatamente anterior, se brindara asesoría a los clientes para informar, si la mercancía no es urgente, cual es el mejor momento para nacionalizar de acuerdo a la tasa semanal para liquidación de tributos aduaneros. En cuanto a las asesorías, los registros y trámites Aduaneros serán cancelados con un % para el inicio otro al terminar el servicio.

A continuación los servicios y los precios de venta que ofrecerá por la empresa.

Global Group S.A.S

Servicios	Precio de venta	Costos
Nacionalización/Exportación	0.28% del valor CIF Min 175,000	120,000
Elaboración Declaración de Importación- Dex	8,000	5,000
Elaboración de Formulario de valor	8,000	5,000
Pre inspección	30,000	15,000
Gastos Seguros	20,000	15,000
Gastos varios Consolidados	60,000	45,000
Formulario de Valor	6,000	6,000
Registro de Importación	70,000	70,000
Elaboración de Registro	90,000	50,000
Hoja adicional	25,000	15,000
Asesorías en Comercio Exterior	120,000	60,000

\$	612,000.00	\$	406,000.00
-----------	-------------------	-----------	-------------------

De acuerdo con la información suministrada por portafolio de servicios de 4 agencias de aduanas que se encuentran activas en el agenciamiento y a los costos y gastos que tendrá la agencia mensualmente se establece los precios para el cobro de los servicios que prestara la empresa.

d. Estrategia de Promoción

Toda empresa debe realizar estrategias publicitarias para atraer clientes, y aun mas cuando apenas se van a crear, es indispensable contar con estrategias publicitarias que ayuden a promocionar los servicios o productos que se pretenden ofrecer al mercado objetivo. Existen diversos medios por los cuales se puede realizar publicidad. A continuación se definen cada uno ellos y para los cuales la

empresa solo tendrá en cuenta en su publicidad de entrada el marketing directo, el internet y los folletos.

✓ **Marketing Directo**

“El marketing directo es la comunicación a través de determinados medios que introduce la posibilidad de suscitar una reacción.

El marketing directo tiene dos objetivos:

- Ganar clientes
- Fomentar la fidelidad de los mismos.

Por su parte, el objetivo de la fidelidad de los clientes estará dirigido a que repitan la compra o a mantener la adquisición permanente del servicio. La empresa contara con un gerente comercial que será la persona encargada de realizar visitas y dar a conocer la empresa al segmento seleccionado³⁵.

✓ **Pagina Web**

“Una página Web, también conocida como una página de Internet, es un documento electrónico adaptado para la Web, pero normalmente forma parte de un sitio Web. Su principal característica son los hipervínculos de una página, siendo esto el fundamento de la Web³⁶.

Esta es una estrategia que actualmente tiene relevancia a la hora de captar y mantener los clientes, ya que si la empresa cuenta con una página web, donde muestre quien es y qué servicios presta y además si esta página es interactiva mejora la percepción de los clientes.

³⁵ MARKETING DIRECTO. Definición de Marketing Directo [En Línea].
<[http:// www.marketingdirecto.com/definicion-de-marketing-directo](http://www.marketingdirecto.com/definicion-de-marketing-directo)>

³⁶ WIKIPEDIA LA ENCICLOPEDIA LIBRE. Pagina Web [En Línea].
<http://es.wikipedia.org/wiki/Página_web>



✓ Folletos

La creación de folletos de publicidad permite un enfoque profesional con los clientes contemplados y son documentos que representan la empresa.

“Un folleto es un impreso de un número reducido de hojas que sirve como instrumento divulgativo o publicitario. En marketing, el folleto es una forma sencilla de dar publicidad a una compañía, producto o servicio. Su forma de distribución es variada: situándolo en el propio punto de venta, mediante envío por correo o buzoneo o incluyéndolo dentro de otra publicación”³⁷.

La empresa contara con desplegable donde se describirán los servicios que prestara la empresa, tendrá, el logo, el nombre, la información básica de la empresa como dirección, teléfono, e-mail, se realizara a dos colores y según cotizaciones realizadas a empresas de litografías y a sanclemente impresiones

³⁷ Ibid.

tiene un costo promedio de \$2.500c/u, aunque este valor varía de acuerdo a la cantidad de desplegables que se manden a imprimir.

Servicios de Excelente Calidad

Servicios de agenciamiento aduanero enfocado a brindar calidad, agilidad y un excelente servicio. Siendo oportunos y competitivos frente a las exigencias de nuestros clientes.

Agenciamiento aduanero
Asesoría Aduanera
Trámites Aduaneros



**AGENCIA DE ADUANAS
GLOBAL GROUP S.A.S
NIVEL 2.**



CL. 58 No. 3B -96
Barrio Salomía
Cali - Valle
Colombia
Teléfono: 57 (2) 4453580
Fax: 57 (2) 4463058
Correo: info@global-group.com



**AGENCIA DE ADUANAS
GLOBAL GROUP S.A.S NIVEL 2**

► Servicios de agenciamiento, asesoría y trámites aduaneros.



Tel : 57 (2) 4453580

e. Estrategia de Comunicación

“La comunicación es la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y otro que desea recibirla. La comunicación requiere fundamentalmente de un *mensaje*, una *fuentes del mensaje*, un *canal de comunicación*, y un *receptor*”³⁸.

Existen diferentes medios los cuales comunican, informan y sirven para realizar publicidad, son una forma de enterarse del servicio que una empresa ofrece. La empresa realizar estrategias de comunicación teniendo en cuenta dos canales uno es el internet y las visitas empresariales debido a que los otros medio algunos de los cuales se definirán, tiene costos muy altos.

³⁸ FUNDAMENTOS DE MARKETING.[En Línea].
<<http://biblio2.ugb.edu.sv/bvirtual/9126/capitulo2.pdf>>

✓ Visitas Empresariales

En cada una de las áreas de comercio exterior se ofrece al empresario o cliente, alternativas competitivas y económicas contribuyendo al desarrollo en el sector y la región ya que los servicios ofrecidos son exclusivamente para atender necesidades específicas de una empresa. Este sistema de comunicación acerca del negocio puede brindar los siguientes beneficios:

- Mayor conciencia de la importancia de las relaciones con los clientes y de la
- Satisfacción con el cliente
- Mejor propaganda, presentación
- Nuevos contactos de negocios para mercados potenciales
- Nuevas relaciones con clientes, proveedores y operadores de servicios

Como la empresa maneja folletos desplegables donde viene la información del servicio, estos serán utilizados igualmente para que las personas naturales o jurídicas conozcan la empresa y los servicios que brinda. El costo de estas visitas está incluido en los costos de personal.

f. Estrategia de Servicio

Como se ha descrito en todo el plan de negocio la empresa creará una diferenciación en lo relacionado con la prestación de servicios de excelente calidad para de esta manera fidelizar al cliente. Además de esto la agencia de aduanas ofrecerá servicios de corrección en declaraciones importación/exportación en lo relacionado con información del importador/exportador, información del proveedor, información del HBL/BL, posición arancelaria, descripción del producto. Este se realizará de manera telefónica o por e-mail y se realizarán la respectiva corrección si hubiere lugar ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN. Los pagos adicionales por posición arancelaria deberán ser cancelados por el cliente, en el caso que el porcentaje sea mayor al declarado inicialmente, de lo contrario la agencia realizará los procedimientos necesarios para la devolución de mayores tributos pagados ante la DIAN.

g. Estrategia de Aprovisionamiento

Selección de proveedores, acuerdos a largo plazo, comunicación abierta, frecuencia en las respuestas y filosofía de mejoramiento continuo. De esta manera la empresa asegura que el producto adquirido cumple los requisitos especificados. El tipo y alcance del control aplicado al proveedor y al producto deben depender el impacto del artículo adquirido en su posterior realización sobre el producto/servicio final.

✓ Gestión de Relaciones con proveedores

Al igual que los clientes los proveedores también juegan un papel importante para la empresa, pues son ellos los que suplen las necesidades de materias primas, herramientas, equipos, insumos y elementos que son fundamentales para la fabricación de productos o para los servicios a prestar, por tal razón es fundamental establecer relaciones con los mejores proveedores, aquellos que brinden productos y servicios de excelente calidad, con trayectoria en el mercado y marcas reconocidas.

Como la empresa prestara servicios de agenciamiento aduanero, en cuanto a bienes los proveedores serán empresas de venta de equipos de computo, proveedores de sistemas y en lo relacionado con el estatuto aduanero los proveedores serán todas aquellas entidades pública y privadas que tiene relación con el comercio exterior y con la agencia de aduanas, como son la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, Ministerio de Industria y comercio, Proexport entre otras.

✓ Políticas de C X P

También es fundamental en la relaciones de negocio con los proveedores establecer desde el inicio las políticas de pagos, debido a que esta debe estar sujeta a la rotación de las cartera por cobrar , los inventarios y los requerimientos internos de la empresa, igualmente para que no se presenten inconvenientes por retrasos y demoras en los despachos por parte del proveedor debido a que no se establecieron unas políticas claras de pago y de requisitos técnicos de los productos, suministros y equipos a adquirir.

✓ Presupuesto de Mezcla de Mercado

	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad y Promoción	14.688.000	15.716.160	16.816.291
Gastos Viáticos	3.600.000	3.762.000	3.931.290
Otros	7.344.000	7.858.080	8.408.146

8.3. Proyecciones de Ventas

a. Proyecciones de ventas y Política de cartera

PRESUPUESTO DE VENTAS

Año Inicio 2012

Impuesto 0,16

	Año 1											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Volumen de ventas	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Precio Unitario	612.000	612.000	612.000	612.000	612.000	612.000	612.000	612.000	612.000	612.000	612.000	612.000
Ventas Totales	61.200.000	61.200.000	61.200.000	61.200.000	61.200.000	61.200.000	61.200.000	61.200.000	61.200.000	61.200.000	61.200.000	61.200.000
Iva	9.792.000	9.792.000	9.792.000	9.792.000	9.792.000	9.792.000	9.792.000	9.792.000	9.792.000	9.792.000	9.792.000	9.792.000
Ventas Gravadas	70.992.000	70.992.000	70.992.000	70.992.000	70.992.000	70.992.000	70.992.000	70.992.000	70.992.000	70.992.000	70.992.000	70.992.000

Política de CxC

Clientes Potenciales

30

Días de venta

Otros Clientes

0

Anticipado

Cantidad de Servicio a Ofrecer por año

	Año 1	Año 2	Año 3
Volumen de ventas	1200	1284	1374
Precio Unitario	7.344.000,00	7.858.080,00	8.408.145,60
Ventas Totales	734.400.000,00	785.808.000,00	840.814.560,00
Iva	117.504.000,00	125.729.280,00	134.530.329,60
Ventas Gravadas	851.904.000,00	911.537.280,00	975.344.889,60

9. ANÁLISIS TÉCNICO

9.1 Operación

9.1.1 Ficha Técnica del Servicio

a. Servicios

- ✓ Gestión documental ante entidades gubernamentales

Se brindara la gestión de toda la documentación requerida por las diferentes entidades y ministerios para la aprobación de distintos productos, ya sea para la importación o exportación de los mismos.

- ✓ Agenciamiento aduanero: importaciones y exportaciones

Se prestara a los clientes los servicios de intermediación ante la división de impuestos y aduanas nacionales, para la legalización de mercancía y productos ya sean provenientes de las actividades de comercio exterior.

- ✓ Asesoría en comercio exterior

La empresa ofrecerá los servicios de asesoría en cuanto a las normas, reglamentaciones, decretos y leyes, establecidas por las diferentes entidades en todo lo relacionado con el régimen aduanero.

- ✓ Trámites Aduaneros

Facilitara los servicios operativos frente a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales -DIAN y el régimen aduanero.

- ✓ Registros ante el Ventanilla Única de Comercio Exterior- VUCE

Proporcionara los servicios relacionado con los registros de importación y exportación que son requeridos por el ministerio para ciertos bienes, que son considerados como activos y que deben ser radicados frente a la ventanilla única de comercio exterior para su aprobación.

b. Características

Los servicios que se pretenden prestar con la idea de negocio deben contar para satisfacción de nuestros clientes, con una respuesta oportuna frente al servicio, agilidad en los trámites y procesos que se requieran para de esta manera brindar un servicio de excelente calidad, donde el cliente sienta y perciba la amabilidad, la confiabilidad, el conocimiento y la destreza que la agencia de aduanas le brinda junto con su personal profesional, para satisfacer sus necesidades, ofrecer un excelente servicio al cliente haciendo con estos que el cliente establezca fidelidad con la empresa.

9.1.2 Descripción del proceso

En comercio exterior, tendrá a la disposición una asesoría integral, para garantizar eficiencia e idoneidad en las operaciones de nacionalización y exportación. Además, se contará con eficientes sistemas de información directamente conectados con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, y un equipo humano altamente calificado. Conocimiento y permanente actualización, será una sociedad de servicios de intermediación aduanera que se ajustará al tamaño de su operación de acuerdo con la necesidad de cada uno de los sectores, para prestarle un eficiente servicio de outsourcing en el área de comercio exterior.

Se ofrecerá una completa asesoría que garantiza eficiencia, celeridad y confianza en las operaciones de importación, exportación y tránsito aduanero, proporcionando a los clientes la seguridad y la agilidad que necesitan, dado que la gestión eficiente de los trámites aduaneros puede generar importantes ventajas competitivas y evitar contingencias de demoras, sobre costos y multas.

A continuación se describe dos de los procesos del agenciamiento aduanero que prestará a la empresa

Proceso de Nacionalización

El cliente informa que se estará pasando mercancía al depósito aduanero. La agencia de aduanas verifica el recibido en la bodega de la mercancía. Si la mercancía no ha llegado informa al cliente para que se comuniquen con el

forwarder o transportista, si la mercancía ha llegado, solicita documentación requerida:

- Factura Comercial (debe contener los términos de negociación)
- Documento de Transporte - Guía aérea endosada (aéreo), BL endosado (marítimo)
- Factura o certificación de Fletes y Seguro
- Registro de Importación si se requiere
- Certificado de origen si se requiere

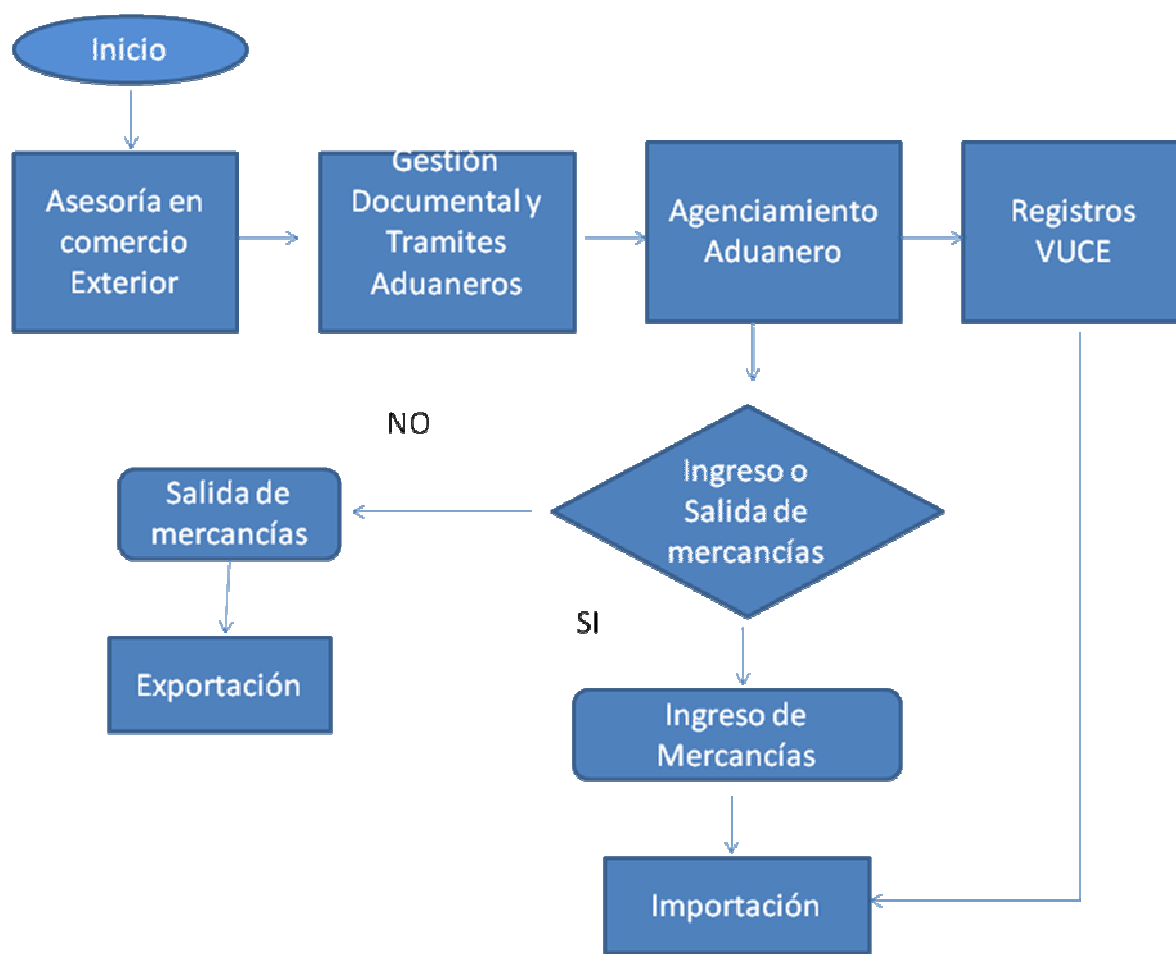
La agencia de aduanas solicita a la bodega la realización de la pre-inspección. Una vez realizada esta el auxiliar procede a clasificar la mercancía de acuerdo a la pre-inspección, documentación e información dada por el cliente, referente a la mercancía. Una vez establecida las posiciones arancelarias se procede a realizar la liquidación para envío del anticipo al cliente acerca del valor de los tributos aduaneros y del servicio de nacionalización correspondiente a esa nacionalización, después de enviado el anticipo se procede a registrar la información en el sistema de la DIAN, se comunica con el cliente para saber si está listo el pago, si está listo se envía a cancelar en la entidad bancaria, después de realizado el pago se revisa el sistema para saber si la mercancía dio levante o inspección física, si dio levante automático se llama al cliente y se informa que puede pasar a recoger la mercancía, si da inspección física igualmente se informa al cliente que se realizara inspección por parte de un fiscal de la DIAN, una vez este realice la inspección y de la aprobación se informa al cliente que ya puede recogerla de lo contrario se deben hacer la correcciones a las inconsistencias que haya habido lugar.

Solicitud del registro de Importación.

El cliente solicita realizar registró por la mercancía es considerado con un activo como por ejemplo un Motor eléctrico, se solicita al cliente la información técnica acerca del motor eléctrico, adicionalmente se pregunta sobre el país de origen, país de compra y puerto de embarque, valor del equipo, termino de negociación, certificado RETIE (Reglamento Técnico de instalaciones Eléctricas) debidamente avalado, después de obtener esta información se procede a solicitar el registro en el sistema autorizado por la ventanilla única de comercio exterior la cual después de radicado y cancelado dará un número de radicado con el cual se le informa al cliente y la Superintendencia de Industria y Comercio -SIC. Dara por medio electrónico la aprobación o no aprobación del registró solicitado. Si se aprueba

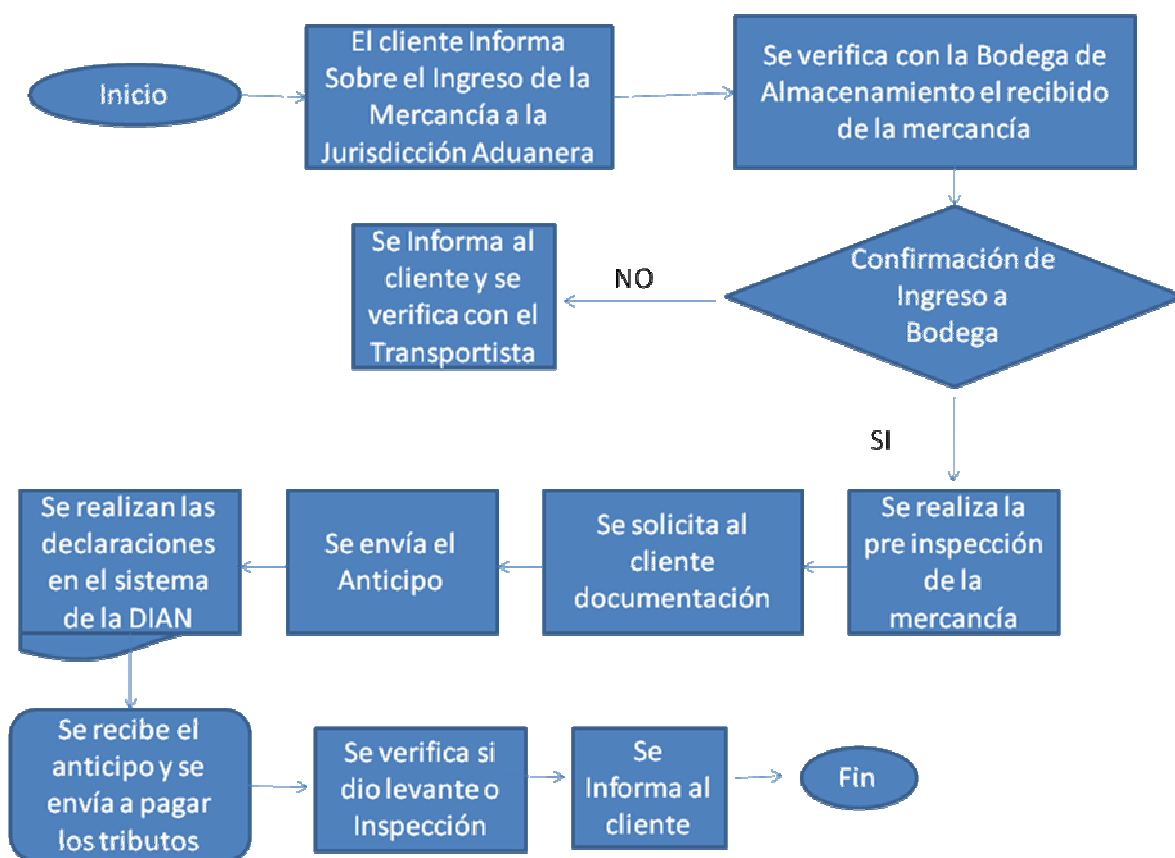
solo se espera a que llegue la mercancía y si da inspección física se muestra el registro ante el fiscal que realiza la inspección. Si da levante automático se archiva junto con los documentos de la importación. Por si hay revisiones posteriores. Las cuales son realizadas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Este registro tiene una vigencia de seis (6) meses desde la fecha de radicación.

Diagrama de Flujo Servicios a prestar



Fuente: elaboración propia

Diagrama de Flujo proceso de Importación



Fuente: elaboración propia

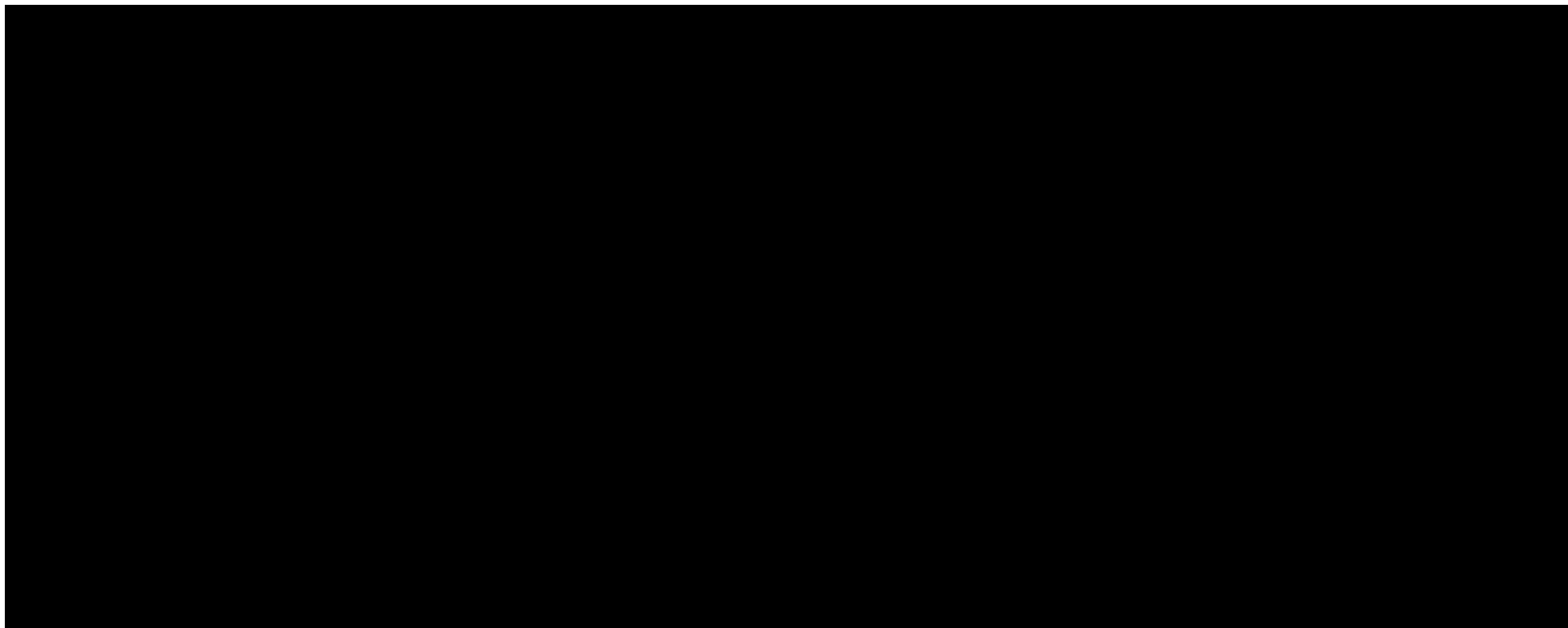
9.1.3 Plan de Producción

Cantidad de Servicios a Ofrecer por año

	Año 1	Año 2	Año 3
Volumen de ventas	1200	1284	1374

Cantidad de servicios x día	5
días hábiles x semana	5
Semanas x mes	4

9.1.4 Distribución de Planta (oficina)



9.2 Plan de Compras

a. Infraestructura

	Cantidad	Costos Unitarios	Costos Totales
<u>Instalaciones</u>			
Arrendamiento Oficina de 150 m2	1	1,500,000	1,500,000
<u>Equipos</u>			
CPU	13	800,000	10,400,000
Monitor	13	400,000	5,200,000
Mouse	13	25,000	325,000
Teclado	13	30,000	390,000
Ups	13	115,000	1,495,000
Software	1	1,500,000	1,500,000
Fax	1	250,000	250,000
Fotocopiadora	1	850,000	850,000
Impresoras	4	300,000	1,200,000
Teléfonos	13	25,000	325,000
Celulares	8	50,000	400,000
<u>Muebles</u>			
Divisiones modulares	1	25,000,000	25,000,000
Escritorios	13	600,000	7,800,000
Asientos	13	145,000	1,885,000
<u>Suministros</u>			
Resmas de Papel	20	7,800	156,000
Grapadoras	13	8,000	104,000
Cosedoras	13	6,500	84,500
Ganchos	20	500	10,000
Clips	20	3,500	70,000
Bolígrafos	40	370	14,800
Lápices	40	500	20,000
Saca ganchos	8	6,000	48,000
Pegastic	13	2,500	32,500
Libretas de notas	13	1,500	19,500
Tintas/tóner	4	10,000	40,000
			59,119,300

Gastos Mensuales	2,099,300
Inversión	57,020,000

10. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

10.1 Estrategia Organizacional

Si bien actualmente se cuenta con innumerables visiones de pensamientos, las estrategias no deben ser enfocadas a una línea de pensamiento determinada o a un conjunto de ellas sino que simplemente deben contemplar la combinatoria de todas las variables posibles alineadas al objetivo de la organización. Cuanto más simple una estrategia, mejor.

Cada organización debe tener una estrategia que se encuentre alineada al objetivo general de la compañía, independientemente del tipo que sea: social, económico, etc., debido a que es el camino para poder alcanzarlo. Para que ésta sea eficiente, y poderla complementar, la organización debe contar con el personal adecuado y las capacidades adecuadas en todos sus profesionales ya que el proceso de pensamiento estratégico, es una combinación de procesos mentales lineales y procesos de pensamiento creativos derivados de la estimulación del ingenio y la perspicacia. Es importante contar siempre con equipos de trabajo capacitados y proactivos con la finalidad de hacer “sinergia de conocimientos y experiencias”.

La estrategia propiamente dicha deberá poder sufrir modificaciones tácticas a lo largo de su ciclo de vida.

La idea de negocio pretende realizar el análisis de amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas, que se deben analizar en las empresas. Cuando estas ya están constituidas y funcionando el análisis se realiza para mejorar la estrategia, para ser más competitivos, cuando esta se encuentra en proceso de implementación este análisis que comúnmente es denominado como Análisis DOFA se realiza para conocer cuáles son los factores externos e internos que pueden poner en riesgo el buen desarrollo de la organización.

La estrategia de la empresa es sacar ventaja competitiva contando con personal idóneo, publicidad que dé a conocer la empresa a los posibles clientes que para la empresa serán las pequeñas y medianas empresas. Se trabajará fuertemente en contratar y capacitar al personal, para ofrecer un excelente servicio que es la diferenciación que tendrá la empresa para competir con otras agencias de aduanas. Estar en capacitación permanente en las modificaciones que surjan al régimen aduanero Colombiano y las disposiciones y modificaciones que se

realicen a los decretos 2685 de 1999, al 2883 del 2008 y demás disposiciones a que haya lugar.

a. Análisis DOFA

En toda idea de negocio existen puntos fuertes y débiles. La idea de negocio tiene como fortaleza la experiencia en el área del comercio exterior.

A través de la matriz se pretende simplificar el análisis de algunos factores que puede influir verdaderamente en el desarrollo y éxito de la agencia de aduana, también se destacan aquellas variables que podrían afectar o mantener en desventaja a la empresa frente a la competencia. Con base a las ventajas y desventajas que estas variables o factores pueden incidir, se establecen estrategias para lograr el éxito de la empresa teniendo en cuenta las oportunidades que brinda el mercado para establecer una empresa dedicada al agenciamiento aduanero, las amenazas que se pueden presentar por cambios en la reglamentación, las debilidades que pueden presentarse a la empresa por ser nueva en este sector de servicios y las fortalezas que se pretende mostrar para diferenciarse de la competencia.

Global Group

**D
O
F
A**

		F	FORTALEZAS	D	DEBILIDADES
		1	Compromiso por parte del gestor de la idea de negocio	1	Ausencia de participacion en varios medios
		2	Personal altamente capacitado	2	Instalaciones pequeñas en relación con las de nuestros competidores.
		3	Contar con precios Competitivos.	3	No contar con sucursales
		4	Ubicación geográfica importante.	4	Carencia de la Certificación ISO
O	OPORTUNIDAD	FO	ESTRATEGIAS	DO	ESTRATEGIAS
1	Crecimiento sostenido de la economía del valle del cauca.	1	Realizar un analisis geografico de la region donde se pueda detectar clientes potenciales para asi aprovechar al maximo la concentracion industrial , agricola y comercializacion de productos de Valle y su capital (F4; O2)	1	Realizar una agresiva campaña publicitaria en medio escritos para posicionar y asi aprovechar el crecimiento sostenido de la economica. (D1;O1)
2	Estar ubicados en un región con amplia concentración industrial , agrícola y comercializacion de productos.	2	Capacitar al personal de una manera tal que logre que la productividad de la empresa aumente en lo relacioando con la venta para de este modo satisfacer las necesidades del cliente (F2;O3)	2	Realizar una ubicación estrategica de la oficina que ayude a sacar ventaja de estar en una region con amplia concentracion economica . (D2;O2)
3	Falencia en la prestacion del servicio y precios ofrecidos por los competidores.	3	Realizar la gestion pertinente para aprovechar la inversion extranjera (F1;O4)	3	Establecer ventaja con el servicio al cliente teniendo en cuenta que solo se cuenta con un sede (D3;O3)
4	Entrada de la inversión extranjera ayuda aumentar la productividad y a crear infraestructura.	4	Ofrecer precios bajos para ser mas competitivos respecto con los precios actuales que se encuentran en el subsector para de este modo aprovechar el crecimiento de la economia vallecaucana (F3;O1)	4	Lograr la certificacion ISO para cumplir con el perfil requerido por los inversionista y por los clientes. (D4;O4)

A	AMENAZAS	FA	ESTRATEGIAS	DA	ESTRATEGIAS
1	Vulnerabilidad ante competidores existentes posicionados en el mercado.	1	Establecer politicas y estrategias por parte de la gerencia para fidelizar clientes (F1; A3)	1	Realizar campañas publicitarias y obtener así una mayor participación en el mercado (D1; A3)
2	Cambios en el regimen aduanero	2	Actualizar constantemente al personal en la reglamentacion aduanera y sus modificaciones o nuevos decretos para de este modo establecer precios competitivos, evaluando el servicio prestado (F3;A2)	2	Establecer un Sistema de Gestion de Calidad para el control de los procesos y procedimientos que se deben llevar a cabo para el buen desempeño d ela organización (D4;A2)
3	Fidelización de clientes potenciales con competidores de trayectoria en el mercado de servicios de Intermediación	3	Contratar personal altamente calificado para representar y prestar un excelente servicio (F2; A1)	3	Posicionarse en el mercado, para adquirir ventaja competitiva, realizando apertura de sucursales en el largo plazo (D3;A1)
4	Disminución en los prestamos otorgados por la entidades financieras a los inversionistas para la generación de nuevos proyectos	4	Aprovechar la ubicación geografica, para de este modo obtener beneficios frente a las entidades financieras(F4;A4)	4	Buscar otras alternativas de financiación, como la inversion de socios para sostenimiento y crecimiento de la empresa (D2;A4)

Analisis EFI y EFE

Evaluación de Factores Internos - EFI

Matriz de evaluación de factores internos GLOBAL GROUP S.A.S

No.	Variables Claves	PESO	Calificación	TOTAL Ponderado
FORTALEZAS				
1	Compromiso por parte del gestor de la idea de negocio	0,15	4	0,60
2	Personal altamente capacitado	0,10	4	0,40
3	Contar con precios competitivos	0,12	4	0,48
4	Ubicación geográfica importante	0,06	4	0,24
5	Relación de cooperación con el proveedor.	0,05	3	0,15
DEBILIDADES				
1	Ausencia de participación en varios medios	0,14	2	0,28
2	Instalaciones pequeñas en relación con las de nuestros competidores.	0,12	2	0,24
3	No contar con sucursales	0,15	2	0,30
4	Carencia de la certificación ISO	0,11	1	0,11
		1,00		2,80

El analisis de la matriz EFI arroja como resultado un 2,80. Las fuerzas de medio interno son favorables, es decir que el proyecto presenta condiciones adecuadas donde los factores de fortalezas mas importantes son:

Contar con el compromiso del gestor y contar con precio competitivos

Evaluación de Factores Externos - EFE

Matriz de evaluación de factores externos GLOBAL GROUP S.A.S

No .	Variables Claves	PES O	Calificaci ón	TOTAL Pondera do
	OPORTUNIDADES			
1	Crecimiento sostenido de la economía del Valle del Cauca	0,18	4	0,72
2	Estar ubicados en una región con amplia concentración industrial, agrícola y comercialización de productos.	0,17	4	0,68
3	Falencia en la prestación del servicio y precios ofrecidos por los competidores	0,15	4	0,60
4	Entrada de la inversión extranjera ayuda aumentar la productividad y a crear infraestructura	0,14	4	0,56
	AMENAZAS			
1	Vulnerabilidad ante competidores existentes posicionados en el mercado	0,09	2	0,18
2	Cambios en el régimen aduanero	0,12	1	0,12
3	Fidelización de clientes potenciales con competidores de trayectoria en el mercado de servicios de Intermediación aduanera	0,07	2	0,14
4	Disminución en los préstamos otorgados por entidades financieras a los inversionistas para la generación de nuevos proyectos.	0,08	2	0,16
		1,00		3,16

El analisis de la matriz EFE arroja como resultado un 3,16. Las fuerzas de medio ambiente son adecuados, es decir que el proyecto presenta condiciones favorables donde los factores de Oportunidades mas importantes son:

Contar con el compromiso del gestor y contar con precio competitivos

Estar ubicados en una región con amplia concentración industrial, agrícola y comercialización de productos.

Crecimiento sostenido de la economía del Valle del Cauca.

b. Organismos de Apoyo

- Universidad del Valle
- Sena
- Fondo Emprender
- Dirección de Impuestos y Aduanas nacionales
- Ministerio de Industria y comercio
- Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE

Universidad del Valle

Formación e indicación de la realización del documento de Plan de negocio, establecimiento de lineamientos relacionados con el documento y asesoría en temas interrelacionados con la idea de negocio en las áreas de metodología de la investigación, mercadeo, producción, administración, sectorización, finanzas entre otros, de la idea de negocio

Sena

Capacitación y formación del personal de acuerdo a los requerimientos exigidos en temas y áreas relacionadas con el comercio internacional y las negociaciones.

Fondo Emprender

Evaluación del plan de negocio, para solicitud de recursos financieros e implementación de la idea de negocios.

Dirección de Impuestos y Aduanas nacionales

Entidad encargada de autorizar a las agencias de aduanas para las funciones relacionadas con la intermediación aduanera.

Ministerio de Industria y comercio

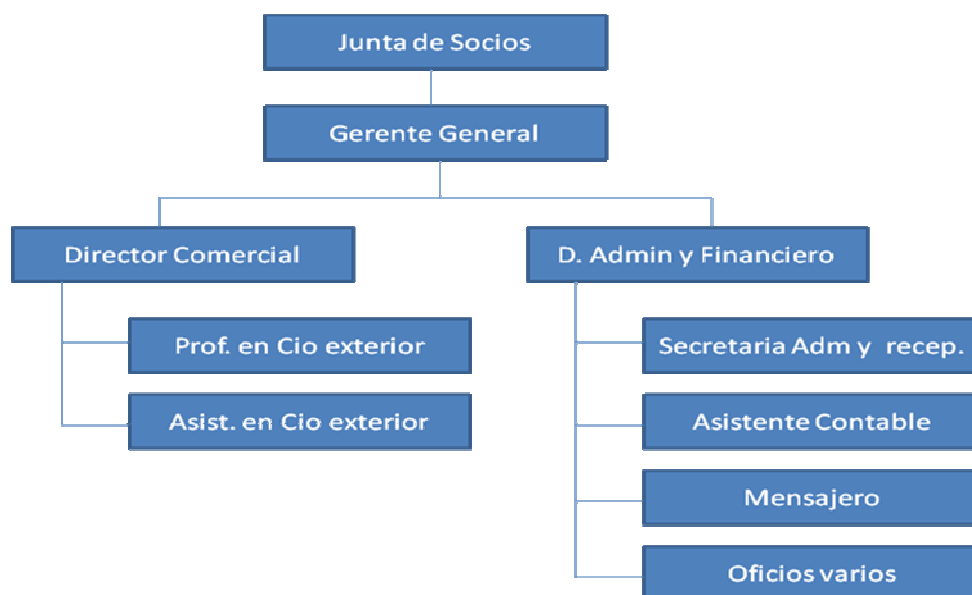
“El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo tiene como objetivo primordial dentro del marco de su competencia formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior”³⁹.

Ventanilla Única de Comercio Exterior

Entidad de apoyo para el Ministerio de Comercio Exterior el cual soporta la parte técnica de comercio exterior como la solicitud de registros de Importación.

³⁹ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Normatividad [En Línea].
<<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/Documentos/Normatividad>>

10.2 Estructura Organizacional



Organigrama Agencia de Aduanas Global Group

En términos generales la estructura de la organización se realiza por funciones el departamento de Dirección comercial (agente de aduanas) contara con una (1) persona que tendrá a su cargo la actividad principal de la empresa que corresponde a los servicios de agenciamiento aduanero, tramites, registros y asesorías. Por ello tiene a su cargo asistentes y profesionales en comercio exterior, se tendrán 4 profesionales en comercio exterior (agentes de aduanas) y dos (2) Asistentes (auxiliares) cuyas funciones están relacionadas con la pre inspección de mercancías, ubicación de partidas arancelarias, elaboración de declaración de importación y exportación, realizar trámites aduaneros, y todo lo relacionado con la parte operativa, el director realizara las asesorías requeridas por los clientes y los temas relacionados con el régimen aduanero y el encargado de atraer a los clientes para que utilicen el servicio junto con el Gerente

El departamento de Dirección Administrativa y Financiera ejerce las funciones administrativas y contables derivadas de los servicios ofrecidos por la empresa estará guiado por una (1) persona que a su vez cuenta con una (1) secretaria y un (1) asistente contable que le permiten realizar el debido manejo de las cuentas por pagar (que deben ser radicadas en su despacho por los generadores del gasto) y por cobrar (reportadas por el director comercial), realizando el respectivo egreso e ingreso de unas y otras. De igual manera es responsable por el manejo y

asignación de activos de la organización, y todo lo relacionado con la parte contable, además son los encargados de suplir a la organización del personal requerido para el buen funcionamiento de la empresa, así como también garantizar el bienestar y calidad de vida de los colaboradores en la organización, a través de programas de desarrollo y capacitación y el asegurar una compensación salarial justa y cumplida.

10.2.1 Nombre de los cargos

Definido el organigrama y las funciones de cada departamento se tienen los siguientes cargos de acuerdo a los niveles:

✓ Junta de Socios (3)

La junta de socios estará integrada por tres socios quienes designarán al gerente general para que dirija estratégicamente la empresa.

Socio 1: 60%

Socio 2: 20%

Socio 3: 20%

✓ Gerente General (1)

✓ Direcciones

o Director Comercial (1)

o Director Administrativo y Financiero (1)

✓ Profesionales y Auxiliares

- o Secretaría Administrativa y recepción (1)
- o Asistente Contable (1)
- o Asistente de Comercio Exterior (2)(Auxiliares - según resolución 4240/2000, DIAN.Modificado. Res. 8274/2008, art 1º, DIAN)
- o Profesional en Comercio Exterior (4) (Agentes de Aduanas - según resolución 4240/2000, DIAN. Modificado. Res. 8274/2008, art 1º, DIAN)
- o Mensajero (1)
- o Oficios varios (1)

10.2.3 Perfil Ocupacional de los Cargos

CARGO: GERENTE GENERAL

JEFE INMEDIATO: Junta de Socios

DESCRIPCIÓN GENÉRICA DE FUNCIONES

OBJETIVO GENERAL

Gestionar el cumplimiento de las metas y buen funcionamiento de la organización en todas las áreas

FUNCIONES

- Realizar la planeación general de la Empresa.
- Establecer los parámetros indicadores de la evolución empresarial y la corrección de desviaciones
- Cumplir y hacer cumplir los Estatutos y los Reglamentos de la sociedad.
- Brindar información de la rentabilidad a la junta de socios.
- Representar a la sociedad y administrar su patrimonio.
- Celebrar y firmar los contratos y obligaciones de la sociedad
- Delegar funciones en asuntos específicos.
- Maneja partidas presupuestarias, autorizando erogaciones que sean necesarias para cubrir gastos de funcionamiento interno.

- Decidir sobre los reglamentos comerciales, financieros, técnicos y administrativos de la sociedad.
- Representar a la Empresa frente al sector y sus diferentes actores
- Programar reuniones internas y externas
- Mediar y participar en la construcción de propuestas y solución de problemas de la organización
- Atender y solucionar los requerimientos que realicen cada uno de los departamentos de la organización

1.-ÁMBITO DE LA ACTUACIÓN:

Realiza cualquier otra tarea afín a su cargo en la empresa.

1.- ÁMBITO DE LA ACTUACIÓN: RESPONSABILIDAD:

INSTALACIONES:

- ✓ Bien inmueble

MATERIALES:

- ✓ Equipo de Computo con accesorios
- ✓ Calculadora
- ✓ Cosedora
- ✓ Grapadora
- ✓ Celular

DINERO:

Es responsable directo de dinero en efectivo, título y valores, contratos.

INFORMACIÓN CONFIDENCIAL:

Maneja en forma directa un grado de confidencialidad alto.

TOMA DE DECISIONES:

Las decisiones que se toman se basan en políticas específicas, en procedimientos definidos para lograr objetivos específicos, mejorar métodos o establecer técnicas y estándares, de la empresa.

SUPERVISIÓN:

El cargo recibe supervisión por parte de la junta de socios y ejerce una supervisión específica, de manera directa y constante.

RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS**RELACIONES INTERNAS:**

El cargo mantiene relaciones continuas con todas las áreas.

RELACIONES EXTERNAS:

El cargo mantiene relaciones frecuentes con entidades bancarias, proveedores de bienes y servicios, clientes, usuarios, entidades gubernamentales, entre otros.

**2.- CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DE TRABAJO:
AMBIENTE DE TRABAJO:**

El cargo se ubica en un sitio cerrado, agradable y no mantiene contacto con agentes contaminantes.

RIESGO:

El cargo está sometido a un riesgo irrelevante, con posibilidad de ocurrencia baja.

ESFUERZO:

El cargo exige un esfuerzo físico de estar sentado/parado constantemente y requiere de un grado de precisión manual bajo y visual medio.

3.- PERFIL DEL CARGO:**EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA:****EDUCACIÓN:**

Profesional en Comercio Exterior o Administración de Empresas.
Magister en Administración.

EXPERIENCIA:

Cinco (5) años de experiencia progresiva de carácter operativo y estratégico en el área de Administración.

CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS:**CONOCIMIENTOS EN:**

Principios administrativos.

Leyes, normas y reglamentos que rigen los procesos administrativos.

Manejo de Office.

Herramientas estadísticas.

HABILIDAD PARA:

Desarrollar métodos y procedimientos de trabajo.

Analizar informes técnicos, contables

Realizar cálculos numéricos.

Analizar problemas presupuestarios.

Expresarse verbalmente de manera clara.

Supervisar personal.

Mantener relaciones personales.

DESTREZAS EN:

Administración de empresas

El manejo de computadores

ADiestramiento requerido:

Técnicas de supervisión y control.

Dirección de reuniones.

Actualización de técnicas Aduaneras

Relaciones humanas.

CARGO: DIRECTOR ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO

JEFE INMEDIATO: Gerente General

DESCRIPCIÓN GENÉRICA DE FUNCIONES**OBJETIVO GENERAL**

Controlar las actividades técnicas y administrativas de todas las áreas de la empresa, de los servicios y los recursos materiales y financieros, de la planificación y ejecución de los sistemas y procedimientos contables y financieros,

a fin de satisfacer las necesidades de ésta y administrar efectivamente sus recursos.

FUNCIONES

- Diseña, programa y dirige los sistemas y procedimientos contables, administrativos y/o financieros.
- Autoriza los movimientos relacionados con el área.
- Participa en la elaboración de presupuestos
- Procesa y tramita puntos de cuentas relacionados con pagos, contratación de servicios y otros.
- Controlar y supervisar el debido registro de los movimientos contables de la organización
- Atender y solucionar los requerimientos que realicen cada uno de los departamentos de la organización
- Velar por la adecuada dotación de los requerimientos de activos y otros elementos solicitados por las diferentes áreas de la empresa.
- Velar por el debido mantenimiento de los diferentes activos de la empresa
- Velar por el pago oportuno de las obligaciones de la empresa
- Autorizar la programación de pago a proveedores
- Garantizar el pago a tiempo de la nómina
- Atender a proveedores y clientes en lo que respecta a las cuentas por pagar y por cobrar.
- Informar periódicamente a la gerencia del estado de las cuentas por cobrar y pagar de la empresa, así como también el flujo de efectivo
- Registrar su firma en los documentos contables y tributarios requeridos en la organización
- Liderar el proceso de reclutamiento, selección y contratación del personal requerido en las diferentes áreas de la empresa.
- Realizar el proceso de inducción del personal nuevo
- Supervisar las actividades propias de la nómina, tales como pagos y descuentos a trabajadores entre otras.
- Coordinar las capacitaciones necesarias para el buen funcionamiento de la organización.
- Desarrollar planes para beneficio y servicio del talento humano
- Implementar proyectos para el desarrollo de los colaboradores
- Atender las solicitudes de los funcionarios
- Controlar los ausentismos y la rotación del personal
- Supervisar que los trabajadores tengan condiciones adecuadas en el buen desempeño de sus funciones.
- Coordinar la actualización periódica de las carpetas de hojas de vida de los funcionarios
- Informa al gerente general sobre la situación financiera y administrativa

- Elabora los manuales de Políticas, Normas y Procedimientos administrativos.
- Realiza seguimiento de las diferentes tramitaciones, en cuanto a solicitud de equipos y materiales.
- Controla el movimiento financiero que se llevan en los bancos.
- Ordena y verifica los trámites de los asuntos del régimen tributario.
- Revisa y aprueba facturas, órdenes de pago, cheques, órdenes de compra y otros.
- Administra los recursos económicos y materiales de la empresa.
- Revisa y coordina la preparación de los estados de la Ejecución Financiera.
- Mantiene contacto permanente con los proveedores y vela por el cumplimiento de los procedimientos administrativos.
- Elabora los estados de ganancias y pérdidas, balances, rendición de cuentas, gastos de operación.
- Revisa y analiza libros de contabilidad diario, mayor, proveedores y auxiliares de retención.
- Realiza arqueos de caja y los verifica con los registros contables.
- Supervisa, controla y distribuye las actividades del personal a su cargo.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo.

1.-ÁMBITO DE LA ACTUACIÓN:

Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

1.- ÁMBITO DE LA ACTUACIÓN:

RESPONSABILIDAD:

MATERIALES:

- ✓ Equipo de Computo con accesorios
- ✓ Calculadora
- ✓ Cosedora
- ✓ Grapadora
- ✓ Celular

DINERO:

Es responsable directo de dinero en efectivo, título y valores, contratos, custodia de materiales y ejecución de presupuesto

INFORMACIÓN CONFIDENCIAL:

Maneja en forma directa un grado de confidencialidad medio.

TOMA DE DECISIONES:

Las decisiones que se toman se basan en políticas específicas, en procedimientos definidos para lograr objetivos específicos, mejorar métodos o establecer técnicas y estándares, de la empresa

SUPERVISIÓN:

El cargo recibe supervisión general de manera directa y periódica y ejerce una supervisión específica, de manera directa y constante.

RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS**RELACIONES INTERNAS:**

El cargo mantiene relaciones continuas con todas las áreas, a fin de ejecutar y/o controlar y/o aprobar lo relativo a estas.

RELACIONES EXTERNAS:

El cargo mantiene relaciones frecuentes con entidades bancarias, proveedores de bienes y servicios, y entidades gubernamentales, a fin de apoyar y/o coordinar y/o controlar lo relativo al área.

**2.- CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DE TRABAJO:
AMBIENTE DE TRABAJO:**

El cargo se ubica en un sitio cerrado, agradable y no mantiene contacto con agentes contaminantes.

RIESGO:

El cargo está sometido a un riesgo irrelevante, con posibilidad de ocurrencia baja.

ESFUERZO:

El cargo exige un esfuerzo físico de estar sentado/parado constantemente y requiere de un grado de precisión manual bajo y visual medio.

3.- PERFIL DEL CARGO:

EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA:

EDUCACIÓN:

Profesional en contaduría pública
Especialización en Tributaria

EXPERIENCIA:

Cinco (5) años de experiencia progresiva de carácter operativo y estratégico en el área de Administración.

CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS:

CONOCIMIENTOS EN:

Principios administrativos
Leyes, normas y reglamentos que rigen los procesos administrativos.
Procesador de palabras.
Manejo de Office
Herramientas estadísticas

HABILIDAD PARA:

Desarrollar métodos y procedimientos de trabajo.
Redactar y analizar informes técnicos.
Realizar cálculos numéricos.
Analizar problemas presupuestarios.
Expresarse verbalmente de manera clara.
Supervisar personal.
Mantener relaciones personales.

DESTREZAS EN:

El manejo de computadores

ADiestramiento requerido:

Técnicas de supervisión y control.
Dirección de reuniones.

Actualización de técnicas contables.
Relaciones humanas.

CARGO: SECRETARIA ADMINISTRATIVA Y RECEPCIÓN
JEFE INMEDIATO: Director Administrativo y Financiero
DESCRIPCIÓN GENÉRICA DE FUNCIONES

OBJETIVO GENERAL

Satisfacer las necesidades de comunicación del personal de la empresa, operando una central telefónica, atendiendo al público en sus requerimientos de información y entrevistas con el personal, ejecutando y controlando la recepción y despacho de la correspondencia, para servir de apoyo a las actividades administrativas de la empresa como elaboración de documentos de nómina y los diferentes requisitos solicitados y derivados del cargo.

FUNCIONES

- Recepción y direccionamiento de llamadas telefónicas, conectando las mismas con las diferentes extensiones.
- Atiende al público que solicita información dándole la orientación requerida.
- Mantiene el control de llamadas locales y a larga distancia mediante registro de número de llamadas y tiempo empleado.
- Recibe la correspondencia y mensajes dirigidos a las diferentes personas y secciones de la empresa.
- Entrega la correspondencia recibida a las diferentes personas y secciones, así como también los mensajes recibidos.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Redacta correspondencia, informes, memorando, oficios, documentos varios de mediana complejidad.
- Transcribe a máquina o en el computador la correspondencia, oficios, memorandos, informes y documentos varios del área.
- Envía la correspondencia de documentos.
- Elabora actas de reuniones y otros documentos de mayor complejidad.
- Recepcionar y registrar novedades de la nómina
- Elaboración de Nomina
- Diligenciar y tramitar los formularios y documentos de seguridad social y parafiscales
- Apoyar el proceso de Recurso Humano

- Controla y tramita reembolsos de caja menor.
- Elabora las requisiciones internas de compra y órdenes de pago.
- Lleva el control de los permisos solicitados por el personal.
- Transcribe e ingresa información operando un computador.

1.-ÁMBITO DE LA ACTUACIÓN:

Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

1.- ÁMBITO DE LA ACTUACIÓN: RESPONSABILIDAD:

MATERIALES:

- ✓ Equipo de Computo con accesorios
- ✓ Maquina de Escribir
- ✓ Fotocopiadora
- ✓ Calculadora
- ✓ Cosedora
- ✓ Grapadora
- ✓ Celular

DINERO:

Manejo de Caja Menor

INFORMACIÓN CONFIDENCIAL:

Maneja información de confidencialidad de la empresa

TOMA DE DECISIONES:

Las decisiones que se toman se basan en las instrucciones específicas, órdenes y/o guías de acción, a nivel operativo.

SUPERVISIÓN:

El cargo recibe supervisión específica de manera directa y constante y no ejerce supervisión.

RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS

RELACIONES INTERNAS:

El cargo mantiene relación permanente con el personal de todas las áreas de la empresa.

RELACIONES EXTERNAS:

El cargo mantiene relaciones continuas con los clientes e usuarios en general, a fin de ejecutar lo relativo al área.

**2.- CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DE TRABAJO:
AMBIENTE DE TRABAJO:**

El cargo se ubica en un sitio cerrado, agradable y no mantiene contacto con agentes contaminantes.

RIESGO:

El cargo está sometido a un riesgo irrelevante, con posibilidad de ocurrencia baja.

ESFUERZO:

El cargo exige un esfuerzo físico de estar sentado/parado constantemente y requiere de un grado de precisión manual y visual bajo.

**3.- PERFIL DEL CARGO:
EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA:****EDUCACIÓN:**

Técnico o tecnólogo en administración o contaduría

EXPERIENCIA:

Un (1) año de experiencia en cargos similares

**CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS:
CONOCIMIENTOS EN:**

El manejo de centrales telefónicas.
Administración de documentos.

Identificación y ubicación de los funcionarios que prestan sus servicios en la dependencia.

HABILIDAD PARA:

Atender personal y público en general.
Expresarse y comunicarse correcta y claramente en forma oral.
Seguir instrucciones orales y escritas.
Recibir mensajes.
Tratar en forma cortés al público en general.

DESTREZAS EN:

El manejo de centrales telefónicas.

ADiestramiento requerido:

Recepcionista.
Relaciones Humanas.
Actualización en manejo de modernas centrales telefónicas.

CARGO: ASISTENTE CONTABLE

JEFE INMEDIATO: Director Administrativo y Financiero

DESCRIPCIÓN GENÉRICA DE FUNCIONES

OBJETIVO GENERAL

Realizar el registro de todos los movimientos contables de la organización, revisando, clasificando a fin de garantizarla veracidad y oportunidad de la información.

FUNCIONES

- Recibe, examina, clasifica, codifica y efectúa el registro contable de documentos.
- Legalizar los ingresos recibidos por anticipado con las carpetas entregadas por los agentes de aduanas o auxiliares
- Elaborar de facturación a los clientes
- Registrar y consignar los ingresos de la organización

- Recepcionar y custodiar las facturas de proveedores
- Realizar la programación de pago a proveedores
- Realizar el debido pago o consignación a proveedores
- Informar de los conceptos y/o documentos por los cuales se realiza el pago al proveedor
- Solicitar los soportes respectivos en cada uno de los registros contables que realice
- Elaborar certificados de ingresos y retenciones anuales
- Revisa y compara lista de pagos, comprobantes, cheques y otros registros con las cuentas respectivas.
- Archiva documentos contables para uso y control interno.
- Elabora y verifica relaciones de gastos e ingresos.
- Transcribe información contable en el computador.
- Revisa y verifica planillas de retención de impuestos.
- Revisa y realiza la codificación de las diferentes cuentas bancarias.
- Recibe los ingresos, cheques nulos y órdenes de pago asignándole el número de comprobante.
- Totaliza las cuentas de ingreso y egresos y emite un informe de los resultados.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.

1.-ÁMBITO DE LA ACTUACIÓN:

Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

1.- ÁMBITO DE LA ACTUACIÓN:

RESPONSABILIDAD:

MATERIALES:

- ✓ Equipo de Computo con accesorios
- ✓ Impresora de punto
- ✓ Calculadora
- ✓ Cosedora
- ✓ Grapadora

DINERO:

Es responsable indirecto de títulos y valores

INFORMACIÓN CONFIDENCIAL:

Ninguna

TOMA DE DECISIONES:

Las decisiones que se toman se basan en procedimientos y experiencias anteriores, para la ejecución normal del trabajo, a nivel operativo.

SUPERVISIÓN:

El cargo recibe supervisión específica de manera directa y constante y no ejerce supervisión.

RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS**RELACIONES INTERNAS:**

El cargo mantiene relación permanente con el personal de todas las áreas de la empresa.

RELACIONES EXTERNAS:

El cargo mantiene relaciones continuas con los clientes internos y con los proveedores en general, a fin de ejecutar lo relativo al área contable

2.- CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DE TRABAJO:**AMBIENTE DE TRABAJO:**

El cargo se ubica en un sitio cerrado, agradable y no mantiene contacto con agentes contaminantes.

RIESGO:

El cargo está sometido a un riesgo irrelevante, con posibilidad de ocurrencia baja.

ESFUERZO:

El cargo exige un esfuerzo físico de estar sentado/parado constantemente y requiere de un grado de precisión manual y visual media.

3.- PERFIL DEL CARGO:**EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA:**

EDUCACIÓN:

Técnico o tecnólogo en contaduría

EXPERIENCIA:

Un (1) año de experiencia en cargos contables

CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS:**CONOCIMIENTOS EN:**

Principios de contabilidad.

Administración de Documentos

Procesamiento electrónico de datos.

Teneduría de libros.

Sistemas operativos, hojas de cálculo.

HABILIDAD PARA:

Seguir instrucciones orales y escritas.

Comunicarse en forma efectiva tanto de manera oral como escrita.

Efectuar cálculos con rapidez y precisión.

DESTREZAS EN:

El manejo de máquina calculadora.

En el manejo de programas contables

ADiestramiento requerido:

Contabilidad general computarizada.

CARGO: MENSAJERO

JEFE INMEDIATO: Director Administrativo y Financiero

DESCRIPCIÓN GENÉRICA DE FUNCIONES

OBJETIVO GENERAL

Realizar todas las diligencias bancarias, y de entrega de documentación de la organización a terceros de una manera eficiente.

FUNCIONES

- Entrega y Recibe documentos generales.
- Realiza Consignación Bancarias
- Realiza pagos
- Radicación de facturas
- Informa a la Secretaria Recepcionista las actividades diarias a realizar

1.-ÁMBITO DE LA ACTUACIÓN:

Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

1.- ÁMBITO DE LA ACTUACIÓN:

RESPONSABILIDAD:

MATERIALES:

- ✓ Celular

DINERO:

Es responsable directo del efectivo y cheques que recibe o entrega

INFORMACIÓN CONFIDENCIAL:

Ninguna

TOMA DE DECISIONES:

Las decisiones que se toman se basan en experiencias anteriores, para la ejecución normal del trabajo.

SUPERVISIÓN:

El cargo recibe supervisión específica de manera indirecta.

RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS**RELACIONES INTERNAS:**

El cargo mantiene relación permanente con el personal interno y externo de la empresa.

RELACIONES EXTERNAS:

El cargo mantiene relaciones frecuentes con el público en general, a fin de ejecutar su trabajo.

2.- CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DE TRABAJO:**AMBIENTE DE TRABAJO:**

El cargo no tiene un puesto de trabajo, su función principal lo mantiene fuera de las oficinas el mayor tiempo del día.

RIESGO:

El cargo está sometido a un riesgo latente, con posibilidad de ocurrencia baja.

ESFUERZO:

El cargo exige un esfuerzo físico de estar conduciendo constantemente y requiere de un grado de precisión manual y visual media.

3.- PERFIL DEL CARGO:**EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA:****EDUCACIÓN:**

Bachiller

EXPERIENCIA:

Un (1) año de experiencia

CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS:

CONOCIMIENTOS EN:

Atención al Cliente

Manejo de Documentos

HABILIDAD PARA:

Seguir instrucciones de acuerdo a su labor.

Comunicarse en forma efectiva.

DESTREZAS EN:

Manejo de Motocicleta

ADiestramiento requerido:

Experiencia en mensajería de documentos

CARGO: AUXILIAR DE OFICINA

JEFE INMEDIATO: Director Administrativo y Financiero

DESCRIPCIÓN GENÉRICA DE FUNCIONES**OBJETIVO GENERAL**

Apoyar al personal administrativo en funciones de baja denominación y colaborar con el orden y aseo de la oficina.

FUNCIONES

- Administra los elementos de aseo y cafetería.
- Mantener ordenado y aseado las diferentes áreas de la empresa
- Llevar o traer documentos de las distintas áreas de la empresa

1.-ÁMBITO DE LA ACTUACIÓN:

Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

1.- ÁMBITO DE LA ACTUACIÓN:**RESPONSABILIDAD:**

MATERIALES:

- ✓ Implementos de Aseo
- ✓ Cafetera
- ✓ Estufa

DINERO:

Ninguna

INFORMACIÓN CONFIDENCIAL:

Ninguna

TOMA DE DECISIONES:

Ninguna

SUPERVISIÓN:

El cargo recibe supervisión específica de manera indirecta.

RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS**RELACIONES INTERNAS:**

El cargo mantiene relación con el personal interno de la empresa.

RELACIONES EXTERNAS:

El cargo mantiene eventualmente relación personal externo, a fin de ejecutar su trabajo.

2.- CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DE TRABAJO:**AMBIENTE DE TRABAJO:**

El cargo no tiene un puesto de trabajo definido.

RIESGO:

El cargo está sometido a un riesgo irrelevante, con posibilidad de ocurrencia baja.

ESFUERZO:

El cargo exige un esfuerzo físico de estar desplazándose constantemente en las áreas de la oficina requiere de un grado de precisión manual y visual bajo.

3.- PERFIL DEL CARGO:
EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA:

EDUCACIÓN:

Bachiller

EXPERIENCIA:

seis (6) meses de experiencia

CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS:
CONOCIMIENTOS EN:

Atención al Cliente

HABILIDAD PARA:

Seguir instrucciones de acuerdo a su labor.

DESTREZAS EN:

Ordenada y aseada

ADiestramiento requerido:

Experiencia en labores similares

CARGO: DIRECTOR COMERCIAL
JEFE INMEDIATO: Gerente General
DESCRIPCIÓN GENÉRICA DE FUNCIONES

OBJETIVO GENERAL

Garantizar la incorporación de clientes a la empresa, coordinar las actividades de proceso comercial, planificando coordinando, supervisando y aprobando las actividades realizadas por el personal a su cargo, a fin de satisfacer los requerimientos de los usuarios y clientes garantizando un óptimo servicio.

FUNCIONES

- Cerrar los negocios de manera contractual

- Llevar a cabo estrategias establecida para hacer cumplir las metas comerciales de la organización
- Evaluar periódicamente el comportamiento de las ventas de los servicios
- Presentar el balance de ventas de servicios a la gerencia
- Administrar y solucionar las quejas, sugerencias o reclamos que presenten los clientes con respecto a la prestación del servicio.
- Coordina y supervisa las actividades del personal a su cargo.
- Controla y evalúa el personal a su cargo.
- Instruye al personal en el trabajo a realizar.
- Diseña, elabora y aplica sistemas de control de asistencia del personal a su cargo.
- Elabora informes técnicos en materia de Información y Control de ventas.

1.-ÁMBITO DE LA ACTUACIÓN:

Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

1.- ÁMBITO DE LA ACTUACIÓN:

RESPONSABILIDAD:

MATERIALES:

- ✓ Equipo de Computo portable
- ✓ Calculadora
- ✓ Cosedora
- ✓ Grapadora
- ✓ Celular

DINERO:

Ninguno

INFORMACIÓN CONFIDENCIAL:

Maneja en forma directa un grado de confidencialidad alto.

TOMA DE DECISIONES:

Las decisiones que se toman se basan en políticas específicas, en procedimientos definidos para la consecución de objetivos específicos de la empresa.

SUPERVISIÓN:

El cargo recibe supervisión general de manera directa y periódica y ejerce una supervisión específica, de manera directa y constante.

RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS

RELACIONES INTERNAS:

El cargo mantiene relaciones continuas con todas las áreas de la empresa.

RELACIONES EXTERNAS:

El cargo mantiene relaciones frecuentes con clientes, usuarios, agentes de carga, entidades gubernamentales, a fin de apoyar y/o coordinar y/o controlar lo relativo al área comercial.

2.- CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DE TRABAJO: AMBIENTE DE TRABAJO:

El cargo se ubica en un sitio cerrado, agradable y no mantiene contacto con agentes contaminantes.

RIESGO:

El cargo está sometido a un riesgo irrelevante, con posibilidad de ocurrencia baja.

ESFUERZO:

El cargo exige un esfuerzo físico de estar sentado/parado constantemente y requiere de un grado de precisión manual bajo y visual medio.

3.- PERFIL DEL CARGO: EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA:

EDUCACIÓN:

Profesional en Administración de Empresas o Comercio Exterior.

EXPERIENCIA:

Cinco (5) años de experiencia progresiva de carácter operativo y estratégico en el área de comercio exterior.

CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS: CONOCIMIENTOS EN:

Principios administrativos

Leyes, normas y reglamentos que rigen los procesos administrativos.

Régimen Aduanero
Manejo de Office
Herramientas estadísticas

HABILIDAD PARA:

Desarrollar métodos y procedimientos de trabajo.
Redactar y analizar informes técnicos.
Realizar cálculos numéricos.
Expresarse de forma oral y escrita, de manera clara.
Supervisar personal.
Mantener relaciones personales.

DESTREZAS EN:

El manejo de computadores
Marketing de Servicios

ADiestramiento requerido:

Técnicas de supervisión y control.
Mercadeo y Ventas.
Servicio al Cliente.
Relaciones humanas.

CARGO: PROFESIONAL EN COMERCIO EXTERIOR
JEFE INMEDIATO: Director Comercial
DESCRIPCIÓN GENÉRICA DE FUNCIONES

OBJETIVO GENERAL

Realizar asesoría en la reglamentación aduanera, trámites y operación relacionada con las importaciones y exportación según el régimen aduanero Colombiano.

FUNCIONES

- Actuar como colaboradores ante la autoridad aduanera
- Realizar Pre-inspección de mercancías
- Posicionar los productos o equipos en las subpartidas arancelarias que corresponde

- Solicitar documentación requerida para cada proceso que se realice
- Asesoría en comercio exterior
- Realizar las declaraciones de Importación o Declaraciones de exportación.
- Realizar el anticipo correspondiente al pago de tributos y servicios prestados
- Realizar registros de importación
- Realizar procesos de reembarque
- Realizar trámites aduaneros

1.-ÁMBITO DE LA ACTUACIÓN:

Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

1.- ÁMBITO DE LA ACTUACIÓN: RESPONSABILIDAD:

MATERIALES:

- ✓ Equipo de Computo con accesorios
- ✓ Calculadora
- ✓ Cosedora
- ✓ Grapadora

DINERO:

Ninguna

INFORMACIÓN CONFIDENCIAL:

Maneja en forma directa un grado de confidencialidad medio.

TOMA DE DECISIONES:

Las decisiones que se toman se basan en políticas específicas, en procedimientos definidos para lograr objetivos específicos, y en el marco legal aduanero.

SUPERVISIÓN:

El cargo recibe supervisión general de manera directa y periódica.

RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS

RELACIONES INTERNAS:

El cargo mantiene relaciones continuas con todas las áreas.

RELACIONES EXTERNAS:

El cargo mantiene relaciones con entidades gubernamentales, a fin de apoyar y/o coordinar y/o controlar lo relativo al área de comercio exterior

**2.- CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DE TRABAJO:
AMBIENTE DE TRABAJO:**

El cargo se ubica en un sitio cerrado, agradable y no mantiene contacto con agentes contaminantes.

RIESGO:

El cargo está sometido a un riesgo irrelevante, con posibilidad de ocurrencia baja.

ESFUERZO:

El cargo exige un esfuerzo físico de estar sentado/parado constantemente y requiere de un grado de precisión manual bajo y visual medio.

3.- PERFIL DEL CARGO:**EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA:****EDUCACIÓN:**

Título profesional o título de tecnólogo de comercio exterior o carreras afines.

EXPERIENCIA:

Cinco (5) años de experiencia relacionados con actividades de comercio exterior.

CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS:**CONOCIMIENTOS EN:**

Régimen Aduanero Colombiano

Leyes, normas y reglamentos que rigen los procesos administrativos.

Manejo de Office

Herramientas estadísticas

HABILIDAD PARA:

Expresarse verbalmente de manera clara.

Análisis de Información.

Mantener relaciones personales.

DESTREZAS EN:

El manejo de computadores

ADiestramiento requerido:

Actualización de técnicas en Comercio Exterior

Normatividad Legal

CARGO: ASISTENTE DE COMERCIO EXTERIOR

JEFE INMEDIATO: Director Comercial

DESCRIPCIÓN GENÉRICA DE FUNCIONES**OBJETIVO GENERAL**

Apoyar los procesos de prestación de servicios en todo lo relacionado con la reglamentación aduanera, trámites y operaciones de comercio exterior, según el régimen aduanero Colombiano.

FUNCIONES

- Actuar como colaboradores ante la autoridad aduanera
- Realizar Pre-inspección de mercancías
- Posicionar los productos o equipos en las subpartidas arancelarias que corresponde
- Solicitar documentación requerida para cada proceso que se realice
- Realizar las declaraciones de Importación o Declaraciones de exportación.
- Solicitar anticipo correspondiente al pago de tributos y servicios prestados
- Realizar trámites aduaneros

1.-ÁMBITO DE LA ACTUACIÓN:

Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

**1.- ÁMBITO DE LA ACTUACIÓN:
RESPONSABILIDAD:**

MATERIALES:

- ✓ Equipo de Computo con accesorios
- ✓ Calculadora
- ✓ Cosedora
- ✓ Grapadora

DINERO:

Ninguna

INFORMACIÓN CONFIDENCIAL:

Maneja en forma directa un grado de confidencialidad medio.

TOMA DE DECISIONES:

Las decisiones que se toman se basan a lo consultado y autorizado por el marco legal aduanero.

SUPERVISIÓN:

El cargo recibe supervisión general de manera directa y periódica.

RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS

RELACIONES INTERNAS:

El cargo mantiene relaciones continuas con todas las áreas.

RELACIONES EXTERNAS:

El cargo mantiene relaciones con entidades gubernamentales, para apoyar el área de comercio exterior

**2.- CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DE TRABAJO:
AMBIENTE DE TRABAJO:**

El cargo se ubica en un sitio cerrado, agradable y no mantiene contacto con agentes contaminantes.

RIESGO:

El cargo está sometido a un riesgo irrelevante, con posibilidad de ocurrencia baja.

ESFUERZO:

El cargo exige un esfuerzo físico de estar sentado/parado constantemente y requiere de un grado de precisión manual bajo y visual medio.

3.- PERFIL DEL CARGO:**EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA:****EDUCACIÓN:**

Título de técnico o título de bachiller

EXPERIENCIA:

Dos (2) años de experiencia certificadas en actividades de comercio exterior.

CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS:**CONOCIMIENTOS EN:**

Régimen Aduanero Colombiano

Leyes, normas y reglamentos que rigen los procesos administrativos.

Manejo de Office

HABILIDAD PARA:

Expresarse verbalmente de manera clara.

Interpretación de Información.

Mantener relaciones personales.

DESTREZAS EN:

El manejo de computadores

ADiestramiento requerido:

Actualización de técnicas en Comercio Exterior

10.3 Recurso Humano (personal)

10.3.1. Reclutamiento.

De acuerdo con las políticas de la empresa Global Group en lo relacionado a recursos humanos específicamente al reclutamiento de personal se realizara de la siguiente manera:

La Secretaria administrativa publicara la vacante del cargo en los siguientes medios:

- Por clasificado de prensa
 - ✓ El país
- Por anuncio en páginas de Empleo por internet como:
 - ✓ Sena
 - ✓ El empleo
 - ✓ Computrabajo
 - ✓ Bumerán

10.3.2. Selección

Después de recibir las hojas de vida de los aspirantes al cargo que se necesita se realiza el filtrado de acuerdo con los siguientes parámetros

- ✓ Edad
- ✓ Perfil Ocupacional
- ✓ Experiencia en tarea o tareas afines
- ✓ Formación
- ✓ Ubicación Domicilio
- ✓ Duración empleos anteriores

Después que se han filtrado las hojas de vida de acuerdo con los parámetros establecidos se procede a seleccionar como mínimo cinco (5) aspirantes para que sean evaluados por el jefe de servicios, el cual realiza otro filtro y escoge tres (3) candidatos, para que sean programados y llamados a pruebas.

Se realiza pruebas de conocimiento de la labor a desempeñar y posterior a estas se realiza entrevista a cada candidato y se decide que aspirante es el candidato opcionado para la vacante.

10.3.3. Contratación

Después de realizado el proceso de reclutamiento y selección, se escoge al candidato y se procede con la vinculación laboral con la empresa, el candidato seleccionado debe primero que todo traer la documentación exigida por la empresa como son

- ✓ Hoja de vida en formato minerva 10-03
- ✓ Fotocopia de la cedula de ciudadanía
- ✓ Certificados laborales de los dos últimos empleos
- ✓ Certificados de estudios
- ✓ Certificado de antecedentes disciplinarios
- ✓ Pasado Judicial vigente

Luego de Entregar estos documentos debe realizar los exámenes médicos de ingreso de:

- ✓ Serología
- ✓ Auditivo
- ✓ Visual

Después de tener todo los documentos necesarios la empresa procede a realizar las afiliaciones a la ARP, AFP, EPS y caja de compensación y se le informa al nuevo miembro de la empresa la fecha y hora en que debe presentarse a laborar.

10.4 Aspectos legales

10.4.1 Constitución Empresa

El tipo de sociedad jurídica que se piensa constituir es el de Sociedad Anónima Simplificada S.A.S, para llevar a cabo este tipo de sociedad en Colombia se debe hacer el:

Diligenciamiento de formulario de matricula ante la Cámara de Comercio local. Para el diligenciamiento de este formulario se requiere un detalle de los activos que harán parte de la organización. El costo de esta matricula corresponde al 20% del valor total de los activos declarados. En caso de declarar activos menores a \$2,500.000, el formulario debe llevar la firma de un contador y anexar la fotocopia de la TP de este funcionario. El formulario totalmente diligenciado se radicará en la Cámara de Comercio anexando la fotocopia de la cedula del representante legal de la empresa.

Pasos para constituir una empresa legal en Colombia

Tramites registrales:

- ✓ Escritura pública o Documento privado
- ✓ Inscripción ante la cámara de comercio
- ✓ Registro Mercantil
- ✓ Matricula Mercantil
- ✓ Certificado de Existencia y representación legal
- ✓ Registro único tributario
- ✓ Resolución de Autorización ante la DIAN de empresa de Agenciamiento aduanero

Tramites Específicos

- ✓ Certificado de uso de Suelos
- ✓ Industria y comercio
- ✓ Certificado de Sayco y Acinpro

10.4.2 Aspectos Legales

Estatuto Aduanero Colombiano Decreto 2685 de 1999 y Resolución 4240 de 2000

D. 2685/99

Artículo 10- Modificado. D.1198/200, art 2º. Modificado. D. 2883/2008, art. 1º. Declarantes. Podrán actuar ante las autoridades aduaneras como declarantes con el objeto de adelantar los procedimientos y trámites de importación, exportación o transito aduanero:

1. las agencias de aduanas, quienes actúan a nombre y por encargo de los importadores y exportadores.
2. Los almacenes generales de depósito sometidos al control y vigilancia de la superintendencia financiera de Colombia, quienes podrán actuar como agencia de aduanas respecto de las mercancías consignadas o endosadas a su nombre en el documento de transporte, siempre que hubiere obtenido la autorización para ejercer dicha actividad por parte de la Dirección de Impuestos y aduanas Nacionales sin que requiera constituir una nueva sociedad dedicada a ese único fin. En este caso se les aplicara el régimen de responsabilidades, infracciones y sanciones previstas para las agencias de aduanas.
3. Las personas a que se refiere el artículo 11 del presente decreto.

D. 2685/99

Artículo 12 -Modificado. D. 2883/2008, art 1º Agencia de Aduanas. Las agencias de aduanas son las personas jurídicas autorizadas por la Dirección de Impuestos y aduanas Nacionales para ejercer el agenciamiento aduanero, actividad auxiliar de la función pública aduanera de naturaleza mercantil y de servicio, orientada a garantizar que los usuarios de comercio exterior que utilicen sus servicios cumplan con las normas legales existentes en materia de importación, exportación y transito aduanero y cualquier operación o procedimiento aduanero inherente a dichas actividades.

Las agencias de aduanas tienen como fin esencial colaborar con las autoridades aduaneras en la estricta aplicación de las normas legales relacionadas con el

comercio exterior para el adecuado desarrollo de los regímenes aduaneros y demás actividades y procedimientos derivados de los mismos.

Conforme con los parámetros establecidos en este decreto, las agencias de aduanas se clasifican en los siguientes niveles.

- Agencias de aduanas nivel 1.
- Agencias de aduanas nivel 2.
- Agencias de aduanas nivel 3.
- Agencias de aduanas nivel 4.

Parágrafo 1º. Las personas jurídicas que pretendan ejercer el agenciamiento aduanero, deberán incluir en su razón social o denominación, la expresión “agencia de aduanas”, seguida del nombre comercial, de la sigla correspondiente a la naturaleza mercantil de la sociedad y del nivel de agencia de aduanas. Lo previsto en este parágrafo no se aplica a los almacenes generales de depósito.

Parágrafo 2º Las actividades propias del agenciamiento aduanero se encuentran sometidas a las regulaciones especiales de este decreto y al control por parte de la Dirección de impuestos y Aduanas Nacionales.

Artículo 13- Modificado. D. 2883/2008, art 1º. Prohibición. Bajo ninguna circunstancia las agencias de aduanas podrán realizar las labores de consolidación o desconsolidación de carga, transporte de carga o depósito de mercancías, salvo que se trate de almacenes generales de depósito para el último evento.

D. 2685/99.

Artículo 14. **-Modificado. D. 2883/2008, art. 1º. Requisitos Generales de las Agencias de Aduanas.** Para ejercer la actividad de agenciamiento aduanero se deberá cumplir con los siguientes requisitos generales:

1. Estar debidamente constituida como sociedad de naturaleza mercantil o sucursal de sociedad extranjera domiciliada en el país;
2. **Modificado. D 1510/2009, art 1º.** Tener como objeto social exclusivo el agenciamiento aduanero, excepto en el caso de los almacenes generales de depósito;
3. Estar debidamente inscrita en el Registro Único Tributario, RUT;

4. Poseer y soportar contablemente el patrimonio líquido mínimo exigido para el respectivo nivel de agencia de aduanas, así:

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

Dicho patrimonio deberá mantenerse actualizado en la forma que indicada en el artículo 18 del presente decreto;

5. No tener deudas exigibles por concepto de impuestos, anticipos, retenciones, derechos de aduana, intereses, sanciones o cualquier otro concepto administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, salvo que exista acuerdo de pago vigente.

6. Contratar personas idóneas profesionalmente, con conocimientos específicos o experiencia relacionada con la actividad de comercio exterior.

7. No encontrarse incurso la sociedad, sus socios, accionistas, administradores, representantes legales o sus agentes de aduanas en las causales de inhabilidad o incompatibilidad previstas en el artículo 27-6 del presente decreto.

8. Contar con una infraestructura financiera, física, técnica, administrativa y, con el recurso humano que permita ejercer de manera adecuada la actividad de agenciamiento aduanero.

9. Aprobar las evaluaciones de conocimiento técnico que realice la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales o un tercero autorizado por esta entidad.

10. Disponer y cumplir con el código de ética a que se refiere el artículo 26 del presente decreto.

11. Obtener la autorización como agencia de aduanas.

D. 2685/99.

Artículo 16 –Modificado. D. 1232/2011, art 1º. Modificado. D. 3600/2005, art. 1º. Modificado. D. 2883/2008, art. 1º. Mantenimiento de requisitos. Las agencias de aduanas deberán mantener durante toda su vigencia los requisitos generales y especiales exigidos para ejercer la actividad de agenciamiento aduanero, según el caso, so pena de la cancelación de la autorización.

El incumplimiento de los requisitos señalados en los numerales 5º, 7º y 8º del artículo 14 y en los numerales 4º y 5º del artículo 15 del presente decreto, deberá ser subsanado dentro de los dos (2) meses siguientes a la fecha de ocurrencia del hecho. Cumplido dicho término sin que se haya subsanado, la Dirección de impuestos y Aduanas Nacionales cancelará la autorización siguiendo el procedimiento establecido en el artículo 519-1 del presente decreto.

El incumplimiento del requisito de patrimonio previsto en el numeral 4º del artículo 14 del presente decreto y en el párrafo del mismo artículo, se registrará por lo dispuesto en el artículo 18 del presente decreto.

D. 2685/99.

Artículo 17- Modificado. D. 2883/2008, art. 1º Documentos que se deben presentar para obtener la autorización como agencia de aduanas. El representante legal de la persona jurídica que pretenda obtener la autorización o renovación para ejercerla actividad de agenciamiento aduanero, deberá presentar los siguientes documentos:

1. Solicitud de autorización debidamente suscrita por el representante legal.
2. Certificado de existencia y representación legal de la respectiva persona jurídica, expedido por la Cámara de Comercio.
3. Relación de los nombres e identificación de las personas que pretendan acreditar como agentes de aduanas y auxiliares.
4. Hojas de vida del personal directivo, de las personas que actuarán como agentes o auxiliares ante las autoridades aduaneras y de la persona responsable del cumplimiento del código de ética, para el caso de las agencias de aduanas nivel 1, de acuerdo con las especificaciones que establezca la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.
5. Copia de los estatutos societarios.
6. Estados financieros y demás soportes que acrediten el patrimonio líquido requerido. Los manuales señalados en el presente Decreto.

Parágrafo 1. Sin perjuicio de lo anterior, la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales podrá solicitar adicionalmente toda la información y datos complementarios que permitan analizar suficientemente el cumplimiento de los requisitos exigidos para la autorización de la respectiva agencia.

Parágrafo 2. Cuando la persona jurídica que pretenda obtener la autorización como agencia de aduanas tenga como socio a una o varias personas jurídicas, debe allegarse certificado actualizado sobre su existencia y representación legal y una copia de los estatutos societarios vigentes. Así mismo, respecto del personal directivo se deberá acreditar el requisito señalado en el numeral 4 del presente artículo.

Parágrafo 3. La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales podrá solicitar ante las autoridades competentes certificado de antecedentes penales y disciplinarios de los socios, personal directivo, agente de aduanas y auxiliar propuesto, del revisor fiscal y del responsable de velar por el cumplimiento del código de ética. Para agencia de aduanas Nivel 1.

Parágrafo 4. Para efectos de la renovación solamente deberá cumplirse con los requisitos y allegarse los documentos que no se encuentren acreditados al momento de presentación de la solicitud.

D. 2685/99.

Artículo 18. –**Modificado. D. 3600/2005, art. 2º. Modificado. D. 2883/2008, art. 1º Patrimonio líquido mínimo.** El patrimonio líquido a que se refiere el numeral 4º del artículo 14 del presente decreto y el parágrafo del mismo artículo, se determina restando del patrimonio bruto poseído por la persona jurídica el monto de los pasivos a cargo de la misma. Para estos efectos, no se tendrán en cuenta aquellos activos representados en casa o apartamento destinado a vivienda o habitación, inmuebles rurales, vehículos, muebles y enseres que no estén vinculados a la actividad de agenciamiento aduanero, obras de arte e intangibles.

Los valores del patrimonio líquido mínimo señalados en este decreto serán reajustados anual y acumulativamente en forma automática a 31 de diciembre de cada año, de acuerdo con lo establecido en el artículo 868 del Estatuto Tributario.

Las agencias de aduanas deberán mantener debidamente actualizado el patrimonio líquido mínimo señalado en el numeral 4º artículo 14 del presente Decreto, y en el parágrafo del mismo artículo, mientras se encuentre vigente su autorización. Cuando la agencia de aduanas reduzca el patrimonio líquido mínimo en un monto superior al veinte por ciento (20%) se cancelara la autorización,

siguiendo el procedimiento previsto en el artículo 519-1 del presente Decreto, sin perjuicio de la aplicación de la sanción establecida en el numeral 2.2 del artículo 485 del presente Decreto.

En el evento en que se disminuya el patrimonio líquido mínimo requerido en un monto hasta del veinte por ciento (20%) se deberá subsanar el incumplimiento en un plazo no superior a(2) dos meses contados a partir de la fecha en que tuvo lugar su afectación.

Vencido dicho término sin que se ajuste el patrimonio se cancelara la autorización, siguiendo el procedimiento previsto en el artículo 519-1 del presente Decreto, sin perjuicio de la aplicación de la sanción establecida en el numeral 2.2 del artículo 485 del presente Decreto.

D. 2685/99.

Artículo 19 – modificado. D. 2883/2008, art 1º. Cobertura para el ejercicio de la actividad de agenciamiento aduanero. Las agencias de aduanas deberán ejercer la actividad de agenciamiento aduanero de la siguiente manera:

1. Agencias de aduanas nivel 1. Deberán ejercer su actividad en todo el territorio nacional respecto de la totalidad de todas las operaciones de comercio exterior.
2. Agencias de aduanas nivel 2. Deberá ejercer su actividad en todo el territorio nacional respecto de operaciones sobre las cuales no exista limitación alguna para ejercer el agenciamiento aduanero.
3. Agencias de aduanas nivel 3. Deberá ejercer su actividad exclusivamente en una sola de las jurisdicciones aduaneras de las administraciones de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Bucaramanga, Cartago, Cúcuta, Ipiales, Maicao, Manizales, Pereira, Riohacha, Santa Marta, Uraba, o Valledupar, y demás administraciones que establezca dicha entidad, respecto de operaciones sobre las cuales no existe limitación alguna para ejercer el agenciamiento aduanero.
4. Agencias de aduanas nivel 4. Deberá ejercer su actividad exclusivamente en una sola de las jurisdicciones aduaneras de las administraciones de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Arauca, Inírida, Leticia, Puerto Asís, Puerto Carreño, San Andrés, Tumaco o Yopal y demás administraciones que establezca dicha entidad, respecto de operaciones sobre las cuales no exista limitación alguna para ejercer el agenciamiento aduanero.

Parágrafo El ejercicio de la actividad de las agencias de aduanas de los niveles 1 y 2 en un lugar del territorio nacional diferente al de su domicilio principal podrá efectuarse directamente, o por intermedio de agencias comerciales en los términos señalados en el Código de Comercio. Tratándose de las jurisdicciones contempladas en el numeral 4º del presente artículo. Las agencias de aduanas nivel 1, adicionalmente, podrán ejercer la actividad de agenciamiento a través de convenios celebrados con agencias de aduanas nivel 4. En este caso, la responsabilidad en el ejercicio del agenciamiento estará siempre en cabeza de las agencias de aduanas del nivel 1.

D. 2685/99.

Artículo 21. **–Modificado. D. 2883/2008, art 1º Agencias de Aduanas y Auxiliares.** Las agencias de aduanas deberán asignar los agentes de aduanas con representación de la sociedad y los auxiliares sin representación que actúan ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

La agencia de aduanas deberá informar a la dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales la identificación de sus agentes y auxiliares.

D. 2685/99.

Artículo 26. **–Modificado. D. 3600/2005, art 4º. Modificado. D. 2883/2008, art. 1º. Código de Ética.** Con el objeto de establecer las pautas de comportamiento que deben seguir las agencias de aduanas y las personas vinculadas con ellas, se deberá incluir dentro de los estatutos societarios de la agencia de aduanas un código de ética que contenga preceptos dirigidos a mantener en todo momento la transparencia en el ejercicio de sus funciones. Así mismo, deberá establecer los mecanismos para darlo a conocer, las consecuencias internas a que haya lugar por su incumplimiento y el procedimiento a seguir en estos eventos.

Parágrafo. Las agencias de aduanas deberán designar una persona responsable de velar porque todos sus directivos, empleados, agentes de aduanas y auxiliares conozcan el código de ética y le den estricto cumplimiento.

D. 2685/99.

Artículo 27 **–Modificado. D. 3600/2005, art 6º. Modificado. D. 2883/2008, art. 1º. Manuales.** Las agencias de aduanas deberán mantener permanentemente

aprobados, actualizados y a disposición de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, los siguientes manuales:

1. Manual de funciones de cada uno de los cargos de la agencia de aduanas, y
2. Manual de procesos de la agencia de aduanas con sus respectivos procedimientos.

D. 2685/99.

Artículo 27-1. –Adicionado. D. 2883/2008, art. 1º. **Conocimiento del Cliente.** Con el propósito de protegerse de prácticas relacionadas con lavado de activos, contrabando, evasión y cualquier otra conducta irregular, las agencias de aduanas tienen la obligación de establecer mecanismos de control que les permita asegurar una relación contractual transparente con sus clientes.

En desarrollo de lo anterior, deberán conocer a su cliente y obtener como mínimo la siguiente información debidamente soportada:

1. Existencia de la persona natural o jurídica;
2. Nombres y apellidos completos o razón social;
3. Dirección, domicilio y teléfonos de la persona natural o jurídica;
4. Profesión, oficio o actividad económica;
5. Capacidad financiera para realizar la actividad de comercio exterior

Parágrafo. Las agencias de aduanas podrán adicionar otros requisitos que consideren necesarios y pertinentes para un adecuado conocimiento y control de sus clientes, implementando para el efecto sistemas de análisis de riesgo.

La información a que se refiere este artículo deberá verificarse y actualizarse, por lo menos una vez al año, en los términos indicados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

D. 2685/99.

Artículo 27-2.-Adicionado. D. 2883/2008, art. 1º **Obligaciones de las Agencias de Aduana.** Las Agencias de aduana en ejercicio de su actividad, a través de sus representantes legales, agentes de aduanas o auxiliares tendrán las siguientes obligaciones:

- 1.** Contratar personas idóneas profesionalmente, con conocimientos específicos o experiencia relacionada con la actividad de comercio exterior.
- 2.** Actuar de manera eficiente, ágil y oportuna en el trámite de las operaciones de comercio exterior ante la autoridad aduanera.
- 3.** Prestar los servicios de agenciamiento aduanero a los Operadores de comercio exterior que lo requieran siempre que el estudio de seguridad previo lo permita.
- 4.** Mantener a disposición del público una página Web donde se garantice el acceso a la siguiente información:
 - a) Estados financieros;
 - b) Identificación de los representantes legales, gerentes, agentes de aduanas y auxiliares autorizados para actuar ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales ,junto con un extracto de las hojas de vida destacando su experiencia o conocimiento en comercio exterior;
 - c) Relación de los servicios ofrecidos al público.
- 5.** Suscribir y presentar las declaraciones y documentos relativos a los regímenes de importación, exportación y tránsito aduanero, en la forma, oportunidad y medios señalados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de conformidad con la normatividad vigente;
- 6.** Liquidar y cancelar los tributos aduaneros y sanciones a que hubiere lugar, de acuerdo con lo previsto en la normatividad aduanera;
- 7.** Conservar a disposición de la autoridad aduanera copia de las declaraciones de los diferentes regímenes aduaneros, de los recibos oficiales de pago en bancos y de los documentos que acompañan las declaraciones de aduanas, durante los términos previstos para el efecto en el artículo 275 del presente Decreto. Los documentos a los que se refiere este numeral pueden ser conservados en archivos microfílmicos;
- 8.** Registrar el número y fecha de levante, inmediatamente obtenido, en el original de cada uno de los documentos soporte de la declaración de importación, así como el número y fecha de presentación y aceptación de la declaración de importación;
- 9.** Asistir a la práctica de las diligencias previamente ordenadas y comunicadas por la autoridad aduanera, facilitar y colaborar con la práctica de las mismas, debiendo prestar los elementos logísticos necesarios para esos fines;
- 10.** Informar a la autoridad aduanera y al importador sobre los excesos o defectos en el peso, sobrantes o faltantes de mercancías encontrados con ocasión del reconocimiento físico de las mismas, respecto de las relacionadas en los documentos de transporte, en la factura y demás documentos soporte, o sobre mercancías distintas de las allí consignadas.;

- 11.** Suministrar copia o fotocopia de los documentos soporte que conserve en su archivo, a solicitud del respectivo importador o exportador que lo requiera o de un tercero que acredite el interés directo;
- 12.** Vincular a sus agentes de aduana y auxiliares de manera directa y formal cumpliendo con todas las obligaciones laborales, aportes parafiscales incluidos los aportes a la seguridad social por salud, pensiones y riesgos profesionales;
- 13.** Reportar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales o a las autoridades competentes, las operaciones sospechosas que detecten en el ejercicio de su actividad, relacionadas con evasión, contrabando, lavado de activos e infracciones aduaneras, tributarias y cambiarias;
- 14.** Expedir y exigir la utilización del carné a todos sus agentes de aduanas y auxiliares según las características y estándares técnicos que señale la autoridad aduanera, el cual podrá ser utilizado únicamente para el ejercicio de la actividad autorizada
- 15.** Exigir a sus agentes de aduanas y auxiliares que refrenden con su firma los documentos relacionados con los trámites de comercio exterior indicando el código de registro asignado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, dentro del marco de responsabilidades permitidas a cada uno de ellos;
- 16.** Informar dentro de los tres días siguientes a que ésta se produzca, la desvinculación o retiro de sus agentes de aduanas o auxiliares, vía fax, correo electrónico o por correo certificado a la dependencia competente de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales;
- 17.** Eliminar de la razón o denominación social la expresión “Agencia de Aduanas” dentro del mes siguiente a la fecha de firmeza de la resolución por medio de la cual se cancela la autorización o se deja sin efecto la misma;
- 18.** Informar a la dependencia de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales ante la cual tramitó su autorización el cambio de dirección de su domicilio social principal y el de sus agencias, dentro de los tres (3) días siguientes a su ocurrencia, previa actualización en el RUT;
- 19.** Garantizar que los agentes de aduanas y auxiliares que actúen ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales se encuentren debidamente autorizados por la agencia de aduanas, así como que sus agentes de aduana se encuentren registrados ante dicha entidad;
- 20.** Entregar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales o al importador o exportador o declarante del régimen de transito, según corresponda, la documentación que están obligadas a conservar de conformidad con la legislación aduanera, máximo dentro de los cinco (5) días siguientes a su liquidación o cancelación;

21. Establecer mecanismos de control que permitan asegurar una relación contractual transparente con sus clientes, validando previamente el conocimiento del cliente, como requisito esencial para aceptar la representación.

22. Las demás que establezca este Decreto y las que señale la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales dentro del ejercicio de sus competencias y funciones.

D. 2685/99.

Artículo 27-3.-**Adicionado. D. 2883/2008, art. 1º Reconocimiento de las mercancías.** Las agencias de aduanas tendrán la facultad de reconocer las mercancías que se someterán al proceso de importación, en zonas primarias aduaneras y zonas francas, con anterioridad a su declaración ante la aduana.

Si con ocasión del reconocimiento de las mercancías las agencias de aduanas detectan mercancías en exceso respecto de las relacionadas en la factura y demás documentos soporte, o mercancías distintas de las allí consignadas, o con un mayor peso en el caso de las mercancías a granel, deberán comunicarlo a la autoridad aduanera y podrán ser reembarcadas o legalizadas con el pago de los tributos aduaneros correspondientes, sin que haya lugar al pago de suma alguna por concepto de rescate. Para todos los efectos, la mercancía así legalizada se entenderá presentada a la autoridad aduanera.

Parágrafo. Las personas jurídicas reconocidas e inscritas como usuarios aduaneros o como usuarios altamente exportadores podrá acogerse a lo previsto en este artículo.

D. 2685/99.

Artículo 27-4.-**Adicionado. D. 2883/2008, art. 1º. Responsabilidad de las agencias de aduanas.** Las agencias de aduanas que actúen ante las autoridades aduaneras serán responsables administrativamente por las infracciones derivadas del ejercicio de su actividad.

Igualmente, serán responsables por la exactitud y veracidad de la información contenida en los documentos que suscriban sus agentes de aduanas acreditados ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales y responderán administrativamente cuando por su actuación como declarantes hagan incurrir a

su mandante o persona que utilice sus servicios en infracciones administrativas aduaneras que conlleven la liquidación de mayores tributos aduaneros, la imposición de sanciones, el abandono o el decomiso de las mercancías.

Lo anterior, sin perjuicio de las acciones legales que pueda adelantar los mandantes o usuarios de comercio exterior que utilicen sus servicios contra las agencias de aduanas.

Parágrafo. Las agencias de aduanas responderán directamente por el pago de los tributos aduaneros y sanciones pecuniarias que se causen respecto de operaciones en las que el importador o exportador sea una persona inexistente.

D. 2685/99.

Artículo 27-5.-Adicionado. D. 2883/2008, art. 1º. Régimen de Garantías. Dentro de los quince (15) días siguientes a la fecha en que quede ejecutoriada la resolución de autorización para ejercer la actividad de agenciamiento aduanero, la agencia de aduanas deberá constituir y presentar una garantía bancaria o de compañía de seguros, según el caso, cuyo objeto será garantizar el pago de tributos aduaneros y sanciones, cuando a estos haya lugar, por el incumplimiento de las obligaciones y responsabilidades consagradas en este decreto.

Inciso 2º - Modificado. D. 1510/2009, art. 2º. La garantía deberá constituirse por un monto equivalente a:

Agencia de aduanas nivel 1, dos mil (2.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Agencia de aduanas nivel 2, mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Agencia de aduanas nivel 3 y 4, quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Parágrafo. Las agencias de aduanas solo podrán iniciar sus actividades una vez aprobada la garantía por parte de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

D. 2685/99.

Artículo 27-6.-Adicionado. D. 2883/2008, art. 1º. Inhabilidades e incompatibilidades. No podrá obtener la autorización como agencia de aduanas ni ejercer la actividad de agenciamiento aduanero, aquella sociedad cuyos socios cuyos socios, representantes legales o agentes de aduanas que pretendan actuar ante las autoridades aduaneras, se encuentren incurso en una de las siguientes causales.

1. Ser socio, accionista, representante legal o agente de aduanas de otra agencia de aduanas; y

2. Haber sido socio, representante legal o representante aduanero de una sociedad de intermediación aduanera o de una agencia de aduanas que haya sido sancionada con la cancelación de su autorización durante los cinco (5) años anteriores a la presentación de la solicitud, o siendo auxiliar o dependiente de la misma, haber participado en la comisión del hecho que dio lugar a la sanción

Reglamentación Aduanera Decreto 2883 agosto de 2008

El Decreto 2883 de Agosto 6 de 2008, se establece por la necesidad del gobierno colombiano de establecer parámetros que permitan ejercer un mayor control sobre la actividad aduanera, ya que muchas sociedades de intermediación aduanera estaban directamente involucradas con actividades ilícitas como el contrabando.

10.5Costos administrativos

a. Gastos de Personal

Nombre empleado	Sueldo Básico	No. Trabajadores	Días Lab.	Básico	Aux. trans	Total Devengado	Salud	Pensión	Total Deducido	Neto pagado al trabajador
Gerente General	2.000.000	1	30	2.000.000		2.000.000	80.000	80.000	160.000	1.840.000
Director Comercial	1.600.000	1	30	1.600.000		1.600.000	64.000	64.000	128.000	1.472.000
Director Administrativo y Financiero	1.600.000	1	30	1.600.000		1.600.000	64.000	64.000	128.000	1.472.000
Profesionales en Cio exterior	1.100.000	4	30	4.400.000		4.400.000	176.000	176.000	352.000	4.048.000
Asistente en Comercio Exterior	800.000	2	30	1.600.000	127.200	1.727.200	64.000	64.000	128.000	1.599.200
Secretaria Admin. y recepción	800.000	1	30	800.000	63.600	863.600	32.000	32.000	64.000	799.600
Asistente Contable	800.000	1	30	800.000	63.600	863.600	32.000	32.000	64.000	799.600
Mensajero	650.000	1	30	650.000	63.600	713.600	26.000	26.000	52.000	661.600
Oficios varios	535.600	1	30	535.600	63.600	599.200	21.424	21.424	42.848	556.352
TOTALES	9.885.600			13.985.600	381.600	14.367.200	559.424	559.424	1.693.125	13.248.352

APORTES PARAFISCALES		%	VALOR	PROVISIONES		%	VALOR
Salud 12.5%		8,50%	1.188.776	Cesantía 1/12		8,33%	1.196.788
Pensiones 16%		12%	1.678.272	Interés S./ Cesantía 1%		1%	143.672
Riesgos Profesionales		0,52%	73.005	Prima de servicios 1/12		8,33%	1.196.788
SENA		2%	279.712	Vacaciones 1/24		4,17%	583.200
Subsidio familiar		4%	559.424	Aux. transporte			63.600
I.C.B.F.		3%	419.568				
Subtotal \$			4.198.757	Subtotal \$			3.120.447
TOTAL APROPIACIONES				\$ 7.319.204			
		TOTAL A PAGAR POR NOMINA MENSUAL					
		\$ 21.686.403,87					

b. Gastos de Puesta en Marcha

Descripción de Gastos de Funcionamiento	Valor
Escritura publica o Documento privado	1.000.000
Inscripción ante la cámara de comercio	1.250.000
Registro Mercantil	250.000
Matricula Mercantil	350.000
Certificado de Existencia y representación legal	3.600
Registro único tributario	500.000
Póliza de garantía	1.500.000
Resolución de Autorización ante la DIAN de empresa de Agenciamiento aduanero	-
Certificado de uso de Suelos	7.500
Industria y comercio	800.000
Certificado de Sayco y Acinpro	3.500
	\$ 5.664.600

c. Gastos Anuales de Administración

Descripción de Gastos Administrativos	Valor / mes	Valor / año
Servicio de Acueducto y Energía	950,000	11,400,000
Servicio Telefónico	550,000	6,600,000
Servicio de Móviles	400,000	4,800,000
Servicio de Portafolio	17,000	204,000
	\$ 1,917,000	\$ 23,004,000

11. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

11.1 Estados Financieros

11.1.1 Balance General

	AÑO 1 Acumulado	AÑO 2 Acumulado	AÑO 3 Acumulado	AÑO 4 Acumulado
GLOBAL GROUP S.A.S				
Balance General				
Activo circulante				
Caja y bancos	\$834.857.554	\$1.147.304.629	\$1.490.993.325	\$1.840.037.244
Clientes	\$36.720.000	\$39.374.492	\$42.220.877	\$42.220.877
Inventarios.	\$0	\$0	\$0	\$0
Total activo circulante	\$871.577.554	\$1.186.679.121	\$1.533.214.202	\$1.882.258.121
Activo Fijo				
Terreno	\$0	\$0	\$0	\$0
Edificio	\$0	\$0	\$0	\$0
Comunicaciones	\$877.500	\$780.000	\$682.500	\$585.000
Mobiliario y equipo	\$31.216.500	\$27.748.000	\$24.279.500	\$20.811.000
Acondicionamiento (m²)	\$0	\$0	\$0	\$0
Computadoras y maquinas	\$20.101.500	\$17.868.000	\$15.634.500	\$13.401.000
Otros	\$5.098.140	\$4.531.680	\$3.965.220	\$3.398.760
Depreciación acumulada:	-\$6.365.960	-\$12.731.920	-\$19.097.880	-\$25.463.840
Total activo fijo	\$57.293.640	\$50.927.680	\$44.561.720	\$38.195.760
Activo total	\$928.871.194	\$1.237.606.801	\$1.577.775.922	\$1.920.453.881
Pasivo Circulante				
Proveedores	\$0	\$0	\$0	\$0
Créditos bancarios	\$0	\$0	\$0	\$0
Total pasivo circulante	\$0	\$0	\$0	\$0
Pasivo largo plazo	\$7.733.369	\$5.260.680	\$2.787.991	\$315.302
Pasivo total	\$7.733.369	\$5.260.680	\$2.787.991	\$315.302
Capital Contable				
Capital social	\$626.146.242	\$626.146.242	\$626.146.242	\$626.146.242
Resultados de ejercicios anteriores	\$270.408.952	\$579.095.480	\$919.033.224	\$1.265.229.783
Resultado del ejercicio	\$24.582.632	\$27.104.399	\$29.808.465	\$28.762.554
Total Capital Contable	\$921.137.825	\$1.232.346.121	\$1.574.987.931	\$1.920.138.579
Pasivo + Capital	\$928.871.194	\$1.237.606.801	\$1.577.775.922	\$1.920.453.881

11.1.2 Estado de Resultados

	AÑO 1 Acumulado	AÑO 2 Acumulado	AÑO 3 Acumulado	AÑO 4 Acumulado
GLOBAL GROUP S.A.S				
Estado de Resultados:				
Ingresos:				
Nacional:				
Ingresos por productos	\$0	\$0	\$0	\$0
Ingresos por servicios	\$734.400.000	\$762.850.373	\$817.996.888	\$844.417.539
Internacional:	\$0	\$0	\$0	\$0
Ingresos por productos	\$0	\$0	\$0	\$0
Ingresos por servicios	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Ingresos	\$734.400.000	\$762.850.373	\$817.996.888	\$844.417.539
%Gastos variables				
Egresos:				
Gastos fijos	\$47.991.600	\$47.991.600	\$47.991.600	\$47.991.600
Sueldos y salarios	\$167.827.200	\$167.827.200	\$167.827.200	\$167.827.200
Gastos Variables	\$0	\$0	\$0	\$0
Otros (Gtos de Venta, etc.)	\$25.632.000	\$25.632.000	\$25.632.000	25632000
Total costos	\$241.450.800	\$241.450.800	\$241.450.800	\$241.450.800
Utilidad antes de I,I,D,A.	\$492.949.200	\$521.399.573	\$576.546.088	\$602.966.739
Depreciación y Amortización	-\$6.365.960	-\$6.365.960	-\$6.365.960	-\$6.365.960
Utilidad (perdida) de Operación	\$499.315.160	\$527.765.533	\$582.912.048	\$609.332.699
Gastos financieros corto plazo	\$0	\$0	\$0	\$0
Gastos financieros largo plazo	-\$2.472.689	-\$2.472.689	-\$2.472.689	-\$2.472.689
Utilidad antes de impuestos	\$496.842.471	\$525.292.844	\$580.439.359	\$606.860.011
ISR (33%)	\$163.958.016	\$173.346.638	\$191.544.988	\$200.263.803
PTU (10%)	\$49.684.247	\$52.529.284	\$58.043.936	\$60.686.001
Utilidad (pérdida neta)	\$283.200.209	\$299.416.921	\$330.850.435	\$345.910.206
Margen de utilidades netas:	38,56%	39,25%	40,45%	40,96%

11.1.3 Flujo de Efectivo

	AÑO 1 Acumulado	AÑO 2 Acumulado	AÑO 3 Acumulado	AÑO 4 Acumulado
GLOBAL GROUP S.A.S				
Flujo de Efectivo				
Utilidad neta	\$283.200.209	\$299.416.921	\$330.850.435	\$345.910.206
+ depreciación y amortización	-\$530.497	-\$1.060.993	-\$1.591.490	-\$2.121.987
Generación bruta de efectivo	\$283.730.705	\$300.477.914	\$332.441.925	\$348.032.193
<u>Usos Operativos</u>				
Financiamiento a cuentas por cobrar	\$0	-\$228.352	-\$244.860	\$0
Financiamiento a inventarios	\$0	\$0	\$0	\$0
Total usos operativos	\$0	-\$228.352	-\$244.860	\$0
<u>Fuentes Operativas</u>				
Financiamiento (amort.) proveedores	\$0	\$0	\$0	\$0
Total fuentes operativas	\$0	\$0	\$0	\$0
Generación Neta Operativa	\$283.730.705	\$300.249.562	\$332.197.065	\$348.032.193
<u>Fuentes de Instituciones de Crédito</u>				
Financ. (amort.) créditos bancarios corto plazo		\$0	\$0	\$0
Financ. (amort.) créditos bancarios largo plazo		\$7.733.369	-\$2.472.689	-\$2.472.689
Financiamiento neto con costo	\$7.733.369	-\$2.472.689	-\$2.472.689	-\$2.472.689
<u>Usos no operativos</u>				
Venta (inversión) en activos fijos	-\$63.659.600	\$0	\$0	\$0
Venta (inversión) en activos diferidos	\$0	\$0	\$0	\$0
Pago de dividendos	\$0	\$0	\$0	\$0
Total de usos no operativos	-\$63.659.600	\$0	\$0	\$0
<u>Fuentes no operativas</u>				
Aportaciones (retiros) de capital	\$626.146.242	\$0	\$0	\$0
Total fuentes no operativas	\$626.146.242	\$0	\$0	\$0
Generación de flujo no operativa	\$570.220.011	-\$2.472.689	-\$2.472.689	-\$2.472.689
Generación Neta de Flujo de Efectivo	\$853.950.716	\$297.776.873	\$329.724.376	\$345.559.504

11.1.4 Razones Financieras

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
	Acumulado	Acumulado	Acumulado	Acumulado
GLOBAL GROUP S.A.S				

Razones Financieras				
Actividad				
Ventas netas a activos fijos	1281,82%	1497,91%	1835,65%	2210,76%
Ventas netas a capital contable	79,73%	61,90%	51,94%	43,98%
Gastos a ventas netas	32,88%	31,65%	29,52%	28,59%
Apalancamiento				
Pasivo total a capital contable	0,84%	0,43%	0,18%	0,02%
Productividad				
Utilidad de operación a ventas netas	67,12%	68,35%	70,48%	71,41%
Utilidad neta a ventas netas	38,56%	39,25%	40,45%	40,96%

12.IMPACTO DEL PROYECTO

Colocar en marcha una idea de negocio puede brindar un impacto positivo o negativo al sector económico y en definitiva a la economía de la región donde se pondrá en funcionamiento la empresa.

Una empresa dedicada a la prestación de servicios de agenciamiento, asesoría y tramites aduaneros, en la región de Valle del Cauca , específicamente en su capital Cali, trae ventajas para la región y para todos aquellos pequeños y medianos empresarios, que directamente están relacionados con la actividad de comercio exterior.

Brindar un servicio de alta calidad y buen desempeño por parte de la empresa forjara el crecimiento del negocio, y el beneficio mutuo entre los clientes y la empresa.

13.CONCLUSIONES

- ✓ En el marco teórico de la idea de negocio se logro establecer temas relacionados con el comercio exterior, su importancia para el propósito del proyecto y el funcionamiento de la empresa como lo son: el emprendimiento, los negocios internacionales, la calidad del servicio y la investigación de mercado.
- ✓ Se realizó análisis de entornos donde se muestran las debilidades, las cuales se pueden controlar enfatizando en aquellas variables donde la idea de negocio no es muy fuerte, existen oportunidades que debe ser aprovechadas mediante estrategias para buen funcionamiento de la empresa en los entornos evaluados como lo son el económico, político, jurídico, y social.
- ✓ Se enunció la evolución del sector y subsector de servicios y la influencia que tiene en la idea de negocio, su importancia en la economía del Valle de Cauca – Cali.
- ✓ Se analizó la viabilidad de las fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades que se ve enfrentada una nueva empresa de servicios dedicada a la intermediación aduanera. Se realizó la ponderación a través de una matriz de evaluación de factores externos e internos, la estructura organizacional y los aspectos legales inherentes a la creación de una empresa de servicios de agenciamiento aduanero.
- ✓ A través de una encuesta se estableció la factibilidad de crear una empresa dedicada al agenciamiento aduanero, las estrategias de mercadeo que utilizará la agencia de aduanas Global Group para su posicionamiento en el mercado.

- ✓ Se definió los servicios que prestara la empresa, el proceso general y específico de uno de los servicios que ofrecerá la empresa a través de un diagrama de flujo.

- ✓ Se realizó un Estado de resultados y Balance general donde se contemplaron la inversión, los ingresos operacionales proyectados y los gastos en que incurrirá la idea de negocio.

14.RECOMENDACIONES

- ✓ Crear una empresa que no requiera grandes inversiones en infraestructura, inventarios, y que sea generadora de empleo en su proporción, hace que crezca la economía regional y local.

- ✓ En el momento que la idea se lleve a cabo se deberá actualizar el estudio de mercado, la información acerca del sector, los análisis y las estadísticas de la balanza comercial y la economía en general.

- ✓ Al poner en marcha la empresa, se debe tener todos los documentos legales que en Colombia se necesitan para constituir una empresa, y los que la DIAN solicita para el ejercicio de la empresa dedicada a la intermediación aduanera.

15. BIBLIOGRAFÍA

- ✓ BLANK BUBIS León, La Administración de Organizaciones. Un enfoque estratégico. Tercera Ed., Centro Editorial Universidad del Valle, 2002.
- ✓ CABALLEROS MIGUEZ, IriaPADIN FABEIRO, Carmen. Comercio Internacional. Una Visión General de los Instrumentos Operativos del comercio Exterior. Primera Edición. Ideas propias Editorial. 2006.
- ✓ COLOMBIA. MINISTERIO DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO. Decreto 2883 de 2008, (agosto 6). Por el cual se modifica parcialmente el Decreto 2685 de 1999 y se dictan otras disposiciones. Bogotá: Diario Oficial No. 47.073 de agosto de 2008.
- ✓ Druker, P.E. (1987) Innovación y Espíritu Emprendedor (Entrepreneurship): Práctica y principios.
- ✓ ESTATUTO ADUANERO COLOMBIANO. Decreto 2685 de 1999 y Resolución 4240 de 2000. Ed. cuarta. DIAN, LEGIS. 2009.
- ✓ Instituto Geográfico Agustín Codazzi- IGAC, Valle del Cauca Aspectos Geográficos. Ediciones IGAC. 1998.
- ✓ Hoskisson R., Hitt, Michael A. y Ireland, R. Duane (2003). *Administración estratégica*. Internacional Thompson.
- ✓ Amit, R. (1997). *Charla de intraempresario*. Conferencia Internacional. Sydney, Australia.
- ✓ Amit, R. & Muller, E. (1994). Contrasting attributes and attitudes on entrepreneurs and non-entrepreneurs. *Academy of Management National Meeting*, August, Dallas, TX.
- ✓ Aktouf, O. (2001). *La Administración: entre tradición y renovación*. Cali: Universidad del Valle – Gaetan Moerin.
- ✓ Stoner J., Freeman R.E., Edgard R., Gilbert Jr. D. (1996). *Administración*. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.

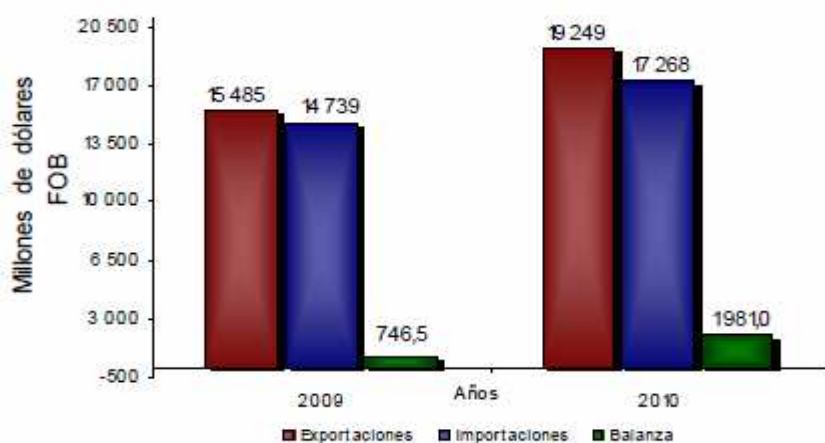
- ✓ Varela, Rodrigo. Innovación Empresarial: arte y ciencia de la creación de empresas, Capítulo 6 Prentice Hall, Bogotá, Colombia, 2001.
- ✓ Rodríguez Ramírez, Alfonso. Art. Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. pensamiento & gestión, 26. Universidad del Norte, 94-119, 2009.
- ✓ <http://www.mincomercio.gov.co>
- ✓ <http://www.dane.gov.co>
- ✓ <http://www.dian.gov.co>
- ✓ <http://www.banrep.gov.co>
- ✓ <http://www.supersociedades.gov.co>
- ✓ <http://www.contactoPYMES.gob.mx>
- ✓ <http://vlex.com>
- ✓ [http:// www.gabriel-campos-com18.nireblog.com](http://www.gabriel-campos-com18.nireblog.com)
- ✓ <http://www.capitalemocional.com>
- ✓ <http://uldeantonionarino.com>
- ✓ <http://www.degerencia.com>
- ✓ <http://www.gestiopolis.com>
- ✓ [http:// www.crecenegocios.com](http://www.crecenegocios.com)
- ✓ <http://es.wikipedia.org>
- ✓ <http://www.banrepcultural.org>
- ✓ <http://www.geografia.laquia2000.com>

- ✓ <http://www.pcgcolombia.com>
- ✓ <http://www.monografias.com>
- ✓ <http://www.productosdecolombia.com>

- ✓ <http://www.mitecnologico.com/>
- ✓ [http:// www.marketingdirecto.com](http://www.marketingdirecto.com)
- ✓ <http://biblio2.ugb.edu.sv>
- ✓ <http://www.alcaldiabogota.gov.co>
- ✓ <http://www.elhistoriador.es>
- ✓ <http://www.ccc.org.co>
- ✓ <http://www.definicion.org>
- ✓ <http://www.econ.uba.ar>
- ✓ <http://www.cietec.org>
- ✓ <http://www.mitecnologico.com>

16. ANEXOS

Balanza comercial
Total nacional
Enero - junio (2009 - 2010)

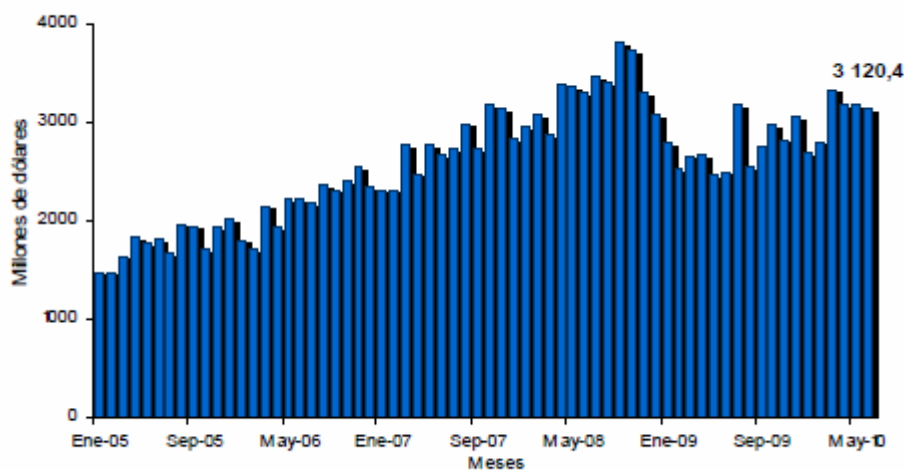


Fuente: DANE – DIAN. Cálculos: DANE

Comportamiento General de las Importaciones

En junio del 2010, las importaciones alcanzaron un valor de USD\$ 3,120.4 millones.

Valor CIF de las importaciones
Enero 2005 – junio 2010



Fuente: DIAN Cálculos: DANE

Las importaciones en junio del 2009 presentaron una variación negativa del 24.6%, mientras en el mismo mes 2010, las compras externas crecieron 25.5%

Cuadro 1
Variación porcentual del valor CIF de las importaciones
Total nacional

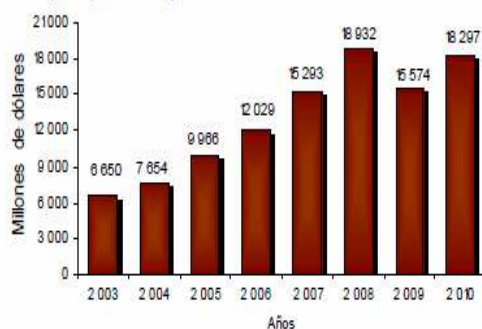
Período	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Junio	25,5	-24,6	23,5	20,0	22,7	33,2
Enero - junio	17,5	-17,7	23,8	27,1	20,7	30,2
Últimos 12 meses a junio	-1,9	-0,6	24,2	26,5	22,0	28,1

Fuente: DIAN. Cálculos DANE

Enero-Junio 2010

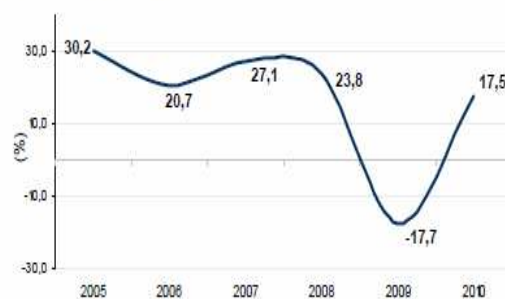
De acuerdo con las declaraciones de importación registradas por la DIAN, durante los seis primeros meses del 2010 las compras externas de Colombia crecieron 17.5% comparadas con las realizadas el mismo periodo del 2009, al pasar de USD\$15,574.0 millones CIF a USD\$18,296.9 millones de CIF.

Gráfico 2
Valor CIF de las importaciones
Enero - junio (2003 - 2010)



Fuente: DIAN. Cálculos DANE

Gráfico 3
Variación año corrido del valor CIF de las importaciones
Enero - junio 2005 - 2010

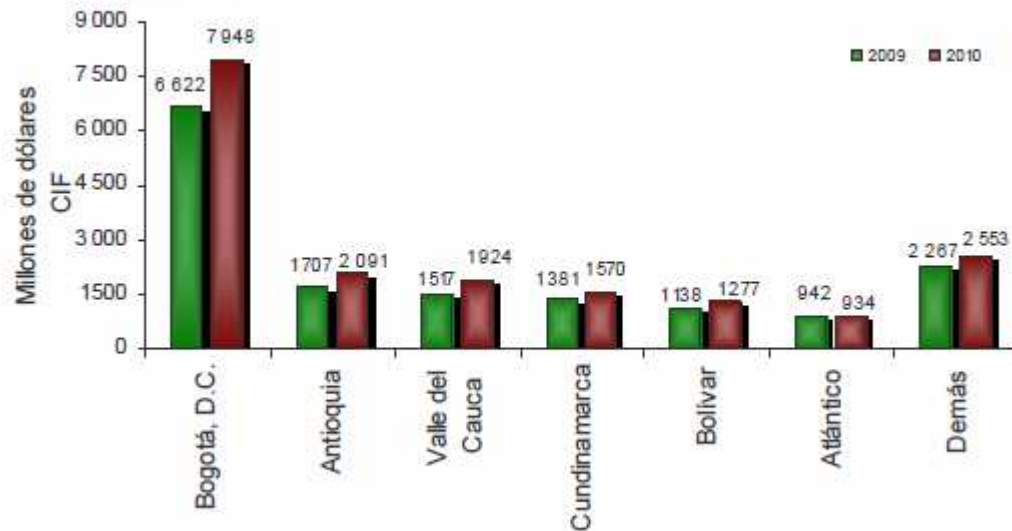


Fuente: DIAN. Cálculos DANE

Importaciones según departamentos destino

El 43.4% del valor CIF de las importaciones realizadas por el país se concentraron en la ciudad de Bogotá; 11.4% en Antioquia; el 10.5% en el Valle del Cauca; 8.6% en Cundinamarca; y 26% en los demás departamentos.

Importaciones según departamento de destino
Total nacional
Enero - junio 2009 - 2010



Fuente: DIAN. Cálculos DANE

ENCUESTA

1. ¿Su empresa realiza negociaciones internacionales?
SI _____
NO _____
2. Con que frecuencia realiza operaciones con proveedores o clientes extranjeros.
 - a. Una (1) operación mensual
 - b. Dos (2) operaciones mensuales
 - c. Tres (3) operaciones mensuales
 - d. Cuatro (4) operaciones mensuales
 - e. Mas de cinco (5) operaciones mensuales
3. Que tipo de Productos Importan
 - a. Materias primas
 - b. Mercancía para comercializar
 - c. Maquinaria y Equipo
 - d. Otros
4. Que tipo de productos exporta
 - a. Agroindustria
 - b. Manufactureras
 - c. Servicios
 - d. Otros
5. ¿Que características busca que le ofrezca su proveedor en los servicios que presta?
 - a. Bajos precios
 - b. Agilidad
 - c. Servicios de Calidad
 - d. Respaldo