



PROCESO DE INTERNACIONALIZACION DE COMESTIBLES MAXIAREPAS SA  
PARA EXPORTAR A ESTADOS UNIDOS

Leonela Cadavid Cañas

Institución Universitaria Esumer

Facultad de Estudios Internacionales

Medellín, Colombia

2014

PROCESO DE INTERNACIONALIZACION DE COMESTIBLES MAXIAREPAS SA  
PARA EXPORTAR A ESTADOS UNIDOS

Leonela Cadavid Cañas

Trabajo de investigación presentado para optar al título de:

**Negociador Internacional**

Asesor

MONICA LUCIA BERNAL VALENCIA

Especialista en Negocios Internacionales

Línea de Investigación:

Exportación

## **Agradecimientos**

Quiero agradecer el acompañamiento de mi familia durante el proceso de estudio, ellos hacen parte fundamental de mi crecimiento tanto personal como profesional.

Quiero agradecerle a mi asesora de proyecto Mónica Bernal, la cual con base en su experiencia fue mi guía en la elaboración del proyecto de la cual obtuve gran aprendizaje, de igual forma a la empresa Maxiarepas SA de la mano de Julio Berrio y Diana Valencia que me permitieron realizar mi trabajo con base a sus objetivos y me brindaron todos los materiales e información para llevarlos a cabo.

## **Resumen**

Actualmente en la región antioqueña existe gran variedad de productos alimenticios típicos, entre los cuales se encuentra la tradicional arepa de maíz, siendo esta un ícono de la región. Este producto se encuentra en tiendas, supermercados y almacenes de cadena, ofrecido bajo diferentes marcas, tamaños, presentaciones y algunas con ingredientes adicionales.

Un alto porcentaje de comunidades latinas, específicamente colombianas, se encuentran radicadas en países como Canadá, España y Estados Unidos, siendo este último al que se quiere ingresar, específicamente a la ciudad de Miami.

La idea de este proyecto es desarrollar el proceso de internacionalización de la empresa Comestibles Maxiarepas SA, aprovechando su oferta disponible para llegar a comunidades latinas establecidas en mercados internacionales, donde los productos de su región son escasos; logrando que las personas que están lejos de casa se sientan más a gusto teniendo a su alcance productos saludables y de excelente calidad provenientes de su tierra.

La metodología desarrollada fue inicialmente investigativa apoyada en fuentes cibergráficas y en un trabajo de campo llevado a cabo directamente en la empresa Comercializadora Maxiarepas SA y encuestas realizadas a no residentes ubicados en Miami Estados Unidos

## **Abstract**

### Summary

Currently in the Antioquia region there are a variety of typical food products, among which is the traditional corn arepa, this being an icon of the region. This product is in shops, supermarkets and chain stores, offered under different brands, sizes, presentations and some with additional ingredients.

A high percentage of Latino, specifically Colombian communities, are based in countries such as Canada, Spain and the United States, the latter to which you want to enter, specifically the city of Miami.

The idea of this project is to develop the internationalization of the company Groceries Maxiarepas SA, taking advantage of their offer available to reach Latino communities established in international markets where the products of their region are scarce; making people who are away from home feel more comfortable taking at your fingertips healthy and excellent quality products from their land.

The methodology was initially supported research in cibergraficas sources and fieldwork carried out directly in the company Maxiarepas Trading SA and surveys of non-residents located in Miami United States

## **Palabras clave:**

**Internacionalización:** La Internacionalización es la necesidad de buscar nuevos mercados como respuesta a la fuerte competencia dentro de nuestro mercado local o nacional.

**Aduana:** Es aquel lugar establecido generalmente en las áreas fronterizas, puertos y ciudades importadoras/exportadoras cuyo propósito principal es contralar todas las entradas y salidas de mercancía, los medios en los que son transportadas y los trámites necesarios para llevarlos a cabo.

**Logística:** coordina y planifica diferentes actividades con el objeto de que el producto llegue a su usuario final en el tiempo, forma adecuada y al menor costo y efectividad posible.

**Tratados:** Un Tratado Internacional es un acuerdo entre dos o más Estados, o entre una nación y una organización internacional, en virtud del cual los signatarios se comprometen a cumplir con determinadas obligaciones, donde se pretende obtener beneficios para las partes.

**Normativa:** Normas o leyes por las cuales se rige una actividad.

**Aranceles:** es un impuesto o gravamen que se aplica solo a los bienes que son importados.

**Mercado Cambiario:** Es aquel en el que se intercambia divisas.



## Contenido

<b>Introducción .....</b>	<b>10</b>
<b>Formulación Del Proyecto .....</b>	<b>12</b>
1.1    Antecedentes .....	12
1.1.1 Estado del Arte.....	16
<b>1.2 Planteamiento del problema.....</b>	<b>18</b>
<b>1.3 Justificación .....</b>	<b>19</b>
1.3.1. Justificación Teórica.....	20
1.3.2. Justificación Social.....	20
1.3.3. Justificación Personal.....	21
<b>1.4. Objetivos.....</b>	<b>21</b>
1.4.1 Objetivo General.....	21
1.4.2 Objetivos Específicos.....	21
<b>1.5 Marco Metodológico.....</b>	<b>22</b>
1.5.1. Método.....	22
1.5.2. Metodología.....	24
<b>1.6 Alcances .....</b>	<b>25</b>
<b>Ejecución del Proyecto .....</b>	<b>25</b>
2.1 Diseño de la matriz DOFA de Comestibles Maxiarepas SA. Para el proceso de internacionalización.....	25
2.2 Identificar la subpartida Arancelaria producto.....	27
<b>2.3 Inteligencia de mercados.....</b>	<b>30</b>
<b>2.4 Procedimiento documental exigido por las entidades oficiales en Colombia ....</b>	<b>33</b>
2.4.1 RUT – Registro Único Tributario.....	34
2.4.1.1 ¿Para qué sirve el RUT? .....	34
2.4.2 ¿Qué es la Cámara de Comercio? .....	35
2.3 Vistos Buenos y técnicos exigidos en Colombia y en Estados Unidos .....	37
2.3.1 INVIMA – Instituto de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos.....	37
2.3.1.1. ¿Qué es un Registro Sanitario? .....	37
2.3.1.2. ¿Qué es un Permiso Sanitario?.....	38
2.3.2 Que es la FDA (Food and Drug Administration - Administración de Drogas y Alimentos de los Estados Unidos).....	38
2.3.3 Certificado de Origen.....	39

2.3.4. Normas de Etiquetado y Empaque. ....	40
2.4. Estructura de costos del producto .....	40
2.5. Cadena logística de la exportación.....	43
2.6 Procedimiento aduanero requerido y la documentación para efectuar la exportación.....	46
2.6.1 Presentación de la SAE - solicitud para autorización de embarque. ....	46
2.6.2. Planilla de ingreso a zona primaria (Aeropuerto, puerto o frontera). ....	47
2.6.3. Selectividad. ....	47
2.6.4. Autorización de embarque. ....	48
2.6.5. Certificación del transportador.....	48
2.6.6. Expedición de la Declaración de exportación. ....	48
2.6.7. Documentos. ....	48
2.7. Procedimiento cambiario.....	50
2.7.1 El Régimen Cambiario en Colombia. ....	50
2.7.1.2 La Ley 9ª de 1991 o Ley Marco de Cambios Internacionales .....	51
2.7.1.3 La Resolución 8 de 2000 de la Junta Directiva del Banco de la República o Estatuto cambiario y sus modificaciones .....	53
2.7.1.3.1 <i>Mercado cambiario</i> .....	54
2.7.1.3.2 <i>Mercado libre</i> .....	55
2.7.1.4 <i>La circular reglamentaria DCIN83 determina los procedimientos aplicables a las declaraciones de cambio.</i> .....	56
2.7.1.4.1 <i>Declaración de cambio</i> .....	56
2.7.1.4.2 <i>numerales cambiarios</i> .....	57
2.7.1.4.3 <i>Exportaciones de bienes</i> .....	58
2.7.1.4.4 <i>Canalización</i> .....	58
2.7.1.4.5 <i>Pagos anticipados y posteriores a embarque</i> .....	58
2.7.1.4.5.1. <i>Pagos Anticipados.</i> .....	59
2.7.1.4.5.2. <i>Pagos Posteriores al despacho</i> .....	59
<b>3. Hallazgos .....</b>	<b>60</b>
<b>4. Conclusiones y recomendaciones.....</b>	<b>62</b>
4.1. Conclusiones .....	62
4.2. Recomendaciones .....	63
<b>Referencias Cibergraficas. ....</b>	<b>64</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>66</b>

## **Introducción**

En una época de globalización y de alta competitividad de productos o servicios, es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado, es de vital importancia para asegurar el éxito de las empresas hacer uso de técnicas y herramientas que faciliten la entrada a negociaciones internacionales, siendo este uno de los propósitos de Comestibles Maxiarepas SA., empresa familiar con ambiciones de diversificar su mercado cruzando fronteras comerciales, cumpliendo normatividades técnicas, arancelarias, aduaneras y cambiarias.

Las empresas familiares tienen un comportamiento peculiar, lo cual trae como consecuencia unas características especiales en su organización. Algunos de los problemas que nos podemos encontrar en estas, son las relaciones entre familia y empresa, la sucesión en la estructura organizacional y de gestión, en algunas ocasiones la falta de profesionalización, la confusión entre derecho y obligación dado el rol de empleado y accionista a la vez, entre otros.

La evolución de las empresas familiares ha permitido que cada vez más se haga énfasis en la necesidad de ordenar su funcionamiento, mejorar la gestión y las relaciones familia-empresa. Este es el caso de Comestibles Maxiarepas SA., empresa familiar líder del sector productor de arepas en el mercado nacional, con sede en la ciudad de Medellín Colombia.

Durante los últimos años la empresa ha experimentado un gran crecimiento apalancado por las inversiones que se han realizado en la renovación de sus activos fijos productivos. De igual forma la competencia ha aumentado notablemente,

ofreciendo productos a un más bajo precio, obligando a Comestibles Maxiarepas SA a mejorar en sus técnicas y valor agregado sin tener que bajar la calidad. Dado el potencial crecimiento que tiene la empresa en el mercado local, ha recibido ofertas de varios inversionistas interesados en volverse accionistas.

El presente trabajo consiste en estudiar la factibilidad que tiene Comestibles Maxiarepas SA, en el mercado internacional aprovechando su capacidad productiva, estableciendo su oferta exportable e iniciando así su proceso de internacionalización y exportación de arepas a colonias latinas colombianas, radicadas en Miami Florida Estados Unidos.

Se empieza por identificar la necesidad y el deseo que tienen dichos consumidores en encontrar a su alcance productos típicos de su país como es el caso de las arepas antioqueñas, que son difíciles de conseguir en su ciudad extranjera.

La arepa es muy común en Colombia, en su mayoría en Antioquia de donde es originaria pero, ¿qué hacen los Colombianos que llegan a otros países con nuevas culturas a las que se tienen que adaptar y no encontrar como satisfacer ciertos gustos de su país natal?: unos simplemente se acostumbran, mientras que otros compran harina o sustitutos del maíz y la preparan en casa, generando en ellos desconsuelo al saber que en Colombia se encuentra una excelente oferta a precios muy razonables.

## **Formulación Del Proyecto**

### **1.1 Antecedentes**

El maíz se ha venido consumiendo desde hace más de siete mil años. Era un alimento base en la dieta de las culturas precolombinas americanas. Una de las formas de consumo más populares del maíz en Latinoamérica son las arepas. La arepa se consume en diversas formas en los distintos países de América Latina, siendo los mayores consumidores países como Colombia, Venezuela y Panamá. En estas culturas la arepa es una herencia gastronómica de vital importancia. En Colombia, existen más de setenta formas de preparación de dicho alimento convirtiéndolo en un icono nacional.

La academia colombiana de gastronomía considera la arepa como parte del patrimonio nacional. En la actualidad son muy pocas las personas que preparan de la forma tradicional las arepas es decir; cociendo el maíz, moliendo, condimentando y asando al horno de leña. La arepa es un alimento base en la dieta de los colombianos dado su bajo precio y que es sustituto de platos fuertes para todas las clases sociales.

El proceso de fabricación se ha ido industrializando con el pasar de los años y en la actualidad existen numerosas empresas fabricantes en grandes volúmenes ya que la demanda se ha comportado de manera creciente en la última década desplazando a productos como el pan.

El consumo per cápita en Colombia de arepas se sitúa en aproximadamente 285 arepas de 90 gramos por año. El departamento de Antioquia es el que tiene mayor consumo per

cápita por lo tanto existen muchas empresas productoras formales e informales que en general comparten una línea de productos variada.

Existe un gran número de empresas dedicadas a la fabricación de este producto, pero la mayoría de sus ventas son locales, como por ejemplo tienda a tienda o mini mercados de barrio y su fabricación se realiza desde la cocina de la casa o de garajes.

Para algunas pequeñas y medianas empresas el desconocimiento de en nuevas técnicas de producción, la falta de músculo financiero, o también la permanente demanda local hace que se queden abasteciendo solo el mercado doméstico sin fijar su mirada más allá, desaprovechando oportunidades internacionales, especialmente en países donde existe una gran cantidad de comunidades latinas esperando deleitarse con los productos de su tierra.

Adicionalmente el desconocimiento de los regímenes aduanero, tributario, y cambiario, el proceso de distribución física internacional así como las normativas internacionales particulares de cada mercado han limitado a los productores a incursionar en mercados internacionales quedándose en un estado de confort, abasteciendo el mercado local.

La Empresa Comestibles Maxiarepas SA. tuvo sus orígenes en el año 1997 en Envigado Antioquia, cuando Miriam Gallego su fundadora, madre cabeza de familia, viuda y con tres hijos pequeños, venía de una quiebra en su negocio textil anterior. Inicia la empresa en su propia casa vendiendo el producto a conocidos y familiares, en poco tiempo amplía su mercado atendiendo las tiendas de los barrios cercanos.

Dado el aumento en la demanda, realiza la primera inversión en un horno de cocción incrementando su capacidad productiva notoriamente, permitiéndole esto, ingresar a los restaurantes empresariales que proporcionan la alimentación a sus ~~Empresas~~ **Empresas** y acelerado crecimiento obligó a su fundadora a salir de su casa para situarse en una bodega y trabajar más cómoda y técnicamente.

Continuaron mejorando su tecnología con nuevas inversiones en troqueladoras, hornos de mayor capacidad y con sistema de enfriamiento incorporado, de lavado y molienda de maíz automáticas. Esto generó la disminución de tiempos y costos de producción pasando de una cuadrilla de 15 (quince) a 6 (seis) trabajadores.

En el año 2010 la empresa se trasladó a una bodega más grande localizada en la ciudad de Medellín Antioquia puesto que toda la línea de producción paso a ser semiautomática implicando esto espacios más amplios.

En el año 2011 la empresa después de realizar un valioso esfuerzo, obtiene la certificación de lote de producto por parte Norexport el cual pertenece al Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (Icontec), lanzó la Norma Técnica Colombiana NTC 6001 Modelo de Gestión para Micro Empresas y Pequeñas Empresas (mypes), que tiene como finalidad darle a este segmento de la economía una herramienta que le permita desarrollar una estructura interna sólida que garantice gerenciar las mype con altos estándares de calidad, lo que brinda una mayor competitividad frente a nuevos mercados. Con el apoyo del banco interamericano de desarrollo, además, el sello de calidad Icontec bajo la norma NTC5372 lo que le permitió adquirir renombre en el sector y destacarse por sus

altos estándares de calidad en la producción. Estas certificaciones de calidad le permitieron llamar la atención de compradores con un nivel de exigencia de calidad que algunos de sus competidores directos no podían ofrecer. En la actualidad, su producción es vendida en gran parte a una de las cadenas de comida rápida más importantes del país (Frisby S.A), llevando a la empresa a especializarse en la (arepa redonda). La empresa vende arepas a lo largo del país centrandó sus ventas en los departamentos de Antioquia, Cundinamarca y la Costa Atlántica.

*Su **Misión actual** es ser una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de arepas de maíz, enfocados en la implementación de tecnologías que permitan la mejora y seguridad del proceso, generando confianza y satisfacción en nuestros clientes por la calidad de nuestro producto.*

*Su **Visión actual** es ser reconocidos para el 2017, como una alternativa líder por la calidad de producto, y permanencia como el proveedor mejor calificado por los clientes, asegurando de esta manera el posicionamiento en el mercado.*

*Su **actual Política de Calidad** está orientada en satisfacer los requisitos de nuestros clientes brindando un producto inocuo y de calidad, por el cumplimiento de las normas vigentes, con la participación de personal competente y el mejoramiento de procesos y nuestro sistema de Calidad.*

### **1.1.1 Estado del Arte.**

El sector de ventas de alimentos mensualmente mueve a nivel nacional grandes cifras, según estudios realizados por la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco), un colombiano promedio gasta el 63% de lo que gana en alimentación.

En este sector de arepas la rivalidad que se identifica es con el sabor que presente cada ofertante en su producto, al fin y al cabo es el cliente quien decide qué sabor o qué calidad es la que compra, esto permite que a diario se creen posibilidades para que ingresen en el mercado nuevas empresas artesanales o industriales productoras de arepa que quieran tomar partida en el mercado con productos innovadores y de calidad.

Los principales competidores son pequeñas microempresas de arepas que distribuyen su producto en tiendas y mini mercados, uno de los líderes en la actualidad es la marca “Arepas de la Finca” que cuenta con una compañía organizada, tienen procesos tecnificados, y manejan una gran distribución en tiendas de barrios y grandes almacenes de cadena como lo son Grupo Éxito SA y Carulla Vivero SA, cuenta con un producto competidor como lo es la arepa de tela o delgada en presentaciones de tamaño diferente y están en el mercado local hace más de 20 años y exportando a Estados Unidos y España desde el 1999.

Algunos de los productos sustitutos de la arepa son las tortillas y el pan, producidos por panaderías de barrio, sin embargo la arepa como plato tradicional colombiano es uno de los preferidos de nuestro país, la arepa se caracteriza por su contenido nutricional y su sabor que puede acompañar cualquier comida.

El precio de venta del producto que se estableció para las arepas en las tiendas de barrio le entrega al fabricante una utilidad neta del 45%, y al tendero le deja una utilidad del 10% por paquete vendido; este es un acuerdo preestablecido el cual liquidan cada tres días que se hacen el surtido.

La arepa un alimento de alto valor nutricional, que se acompaña con todo lo que se le quiera poner, sirve como aperitivo, medias mañanas o comidas dependiendo de su preparación y es un producto que difícilmente admite diferencias por estrato social, además es económico para los estratos inferiores.

Comestibles Maxiarepas SA. Lleva más de 10 años ofreciendo productos de excelente calidad con ventas locales en Antioquia que representan el 60%, seguida por la Costa Atlántica con un 26% y por ultimo Cundinamarca, siendo su cliente más importante Frisby S.A y/o sus Franquiciados.

Las ventas presentan estacionalidad muy marcada en los meses de agosto y diciembre por motivo de las festividades locales y de fin de año logrando en estas temporadas la mayor facturación. Otras temporadas importantes son fechas como el día de la madre, día del padre y amor y amistad donde se genera un importante incremento en ventas.

La idea es tener una expansión de mercado proporcionando la oportunidad de ofertar sus productos en mercados extranjeros (Miami Estados Unidos) para así satisfacer las necesidades de la comunidad latina y tener un crecimiento en sus ventas y obtener reconocimiento a nivel internacional.

## **1.2 Planteamiento del problema**

Comestibles Maxiarepas SA es productor y distribuidor de arepas de maíz a nivel local hace más de 10 años, la idea es aprovechar su capacidad productiva y el interés que tiene la compañía en poder diversificar su mercado e incursionar a nivel internacional con una estructura de exportación bien definida.

Adicionalmente retomar y fortalecer un trabajo de investigación de mercados que se inició en el año 2012 donde se obtuvo como resultado la participación en una macro rueda llevada a cabo en la ciudad de Miami Florida Estados Unidos, identificando un mercado potencial de comunidades latinas allí establecidas que demandan el producto.

Con la disponibilidad e interés de la compañía en internacionalizarse, con un producto excelente y una necesidad identificada en las comunidades latinas radicadas en Miami Estados Unidos, se pretende hacer sentir a estos emigrantes como en su tierra por medio de la típica arepa paisa, elaborada solo pensando en la satisfacción de ellos.

Es el escenario perfecto para poner en práctica los conocimientos obtenidos durante la carrera y sacar este proyecto de las hojas para llevarlo a la realidad.

## **Formulación Del Plan De Negocios**

- ¿En qué aspectos la arepa paisa satisface las necesidades de los emigrantes en Miami EU?
- La necesidad de Comestibles Maxiarepas SA. de expandir su mercado a nivel Internacional
- La falta de conocimiento en cuanto a Régimen Aduanero, cambiario y arancelario para desarrollar un proyecto con el cual se pueda llevar a cabo la exportación.
- La falta de conocimiento del mercado internacional

### **1.3 Justificación**

La presente investigación se hace ya que es un proyecto de grado el cual se debe llevar a cabo para poder obtener el título de Profesional en Negocios Internacionales. Este consistirá en investigar y desarrollar la estructura logística, tributaria, aduanera y cambiaria para desarrollar el proceso de internacionalización de la compañía Comestibles Maxiarepas SA., para dar comienzo a la exportación de su producto (arepas) a Miami Estados Unidos a la luz de toda la normatividad inherente a un proceso exportador.

Es el escenario perfecto para poner en práctica los conocimientos obtenidos durante la carrera y sacar este proyecto de las hojas para llevarlo a la realidad.

### **1.3.1. Justificación Teórica.**

El desconocimiento general de los requerimientos, procedimientos y documentación que se deben tener en cuenta para la exportación de arepas, desde las normas aduaneras, arancelarias, cambiarias y tributarias han limitado la exploración de oportunidades comerciales en mercados internacionales.

Es por esto que a través de este proyecto se hará toda la investigación requerida para que la empresa Comestibles Maxiarepas SA. Pueda dar inicio a la estructuración de proceso de internacionalización y llevar a cabo sus exportaciones en julio de 2015, generando posicionamiento de su producto en el mercado internacional.

### **1.3.2. Justificación Social.**

Se ha detectado la necesidad en diferentes países sobre todo en Estados Unidos, España y Canadá que actualmente cuentan con pocas empresas que distribuyan este tipo de alimentos, creando así una oportunidad que Comestibles Maxiarepas SA. Puede aprovechar, brindando beneficios tanto para los consumidores como para la empresa exportadora.

### **1.3.3. Justificación Personal.**

Comestibles Maxiarepas SA., actualmente se encuentra consolidada en el mercado local, convirtiéndose en el distribuidor directo de una de las empresas más grande del país como lo es Frisby S.A. La idea es abrir mercado en el exterior donde se puede desarrollar un gran proyecto, el cual contara con materia prima 100 % de la región ocasionando más valor al producto y bajos costos por eso se identifica la necesidad de exportar este tipo de producto ya que su calidad y excelencia es requerida en otros países.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo General.**

Proceso de internacionalización de la compañía Comestibles Maxiarepas SA., para dar comienzo a la exportación de su producto (arepas) a Miami Estados Unidos

### **1.4.2 Objetivos Específicos.**

*1.4.2.1 Diseñar la matriz DOFA de Comestibles Maxiarepas SA., para el proceso de internacionalización.*

- 1.4.2.2. Definir la Nomenclatura arancelaria del producto*
- 1.4.2.3. Elaborar la inteligencia de mercados*
- 1.4.2.4. Identificar el procedimiento documental exigido por las entidades oficiales en Colombia*
- 1.4.2.5. Determinar los vistos Buenos y requisitos técnicos exigidos en Colombia y en Estados Unidos*
- 1.4.2.6. Identificar la cadena logística de la exportación*
- 1.4.2.7. Definir la estructura de costos del producto*
- 1.4.2.8 Identificar el procedimiento aduanero requerido y la documentación para efectuar la exportación*
- 1.4.2.9 Analizar el procedimiento cambiario*

## **1.5 Marco Metodológico**

### **1.5.1. Método.**

Se está desarrollando este proyecto para el inicio de la exportación de arepas de la empresa Comestibles Maxiarepas SA., enfocada en la comunidad

latina colombiana localizada en Miami Estados Unidos. Es de vital importancia saber cómo se mueve el mercado extranjero y para realizar en un futuro alianzas comerciales con empresas extranjeras, con el fin de desarrollar nuevas oportunidades de negocio dando a conocer el producto (Arepas), generando beneficios económicos e incrementación los volúmenes de ventas.

Para el desarrollo de este proyecto se cuenta con fuentes primarias, como es todo la información recolectada directamente con la empresa Comestibles Maxiarepas SA., de la mano de su representante legal Julio Jaramillo, este es el encargado de brindar todo el material para la construcción y el progreso del proyecto a ejecutar.

Se cuenta con encuestas realizadas a personas localizadas en este país (Miami) con el objetivo de saber cómo se comporta el producto en este mercado.

De igual manera se está analizando a través de internet diferentes empresas que cuentan con este proceso de internacionalización como Productos Alimenticios de la Finca S.A y Productos Alimenticios la Sonsoneña S.A

Es importante diversificar los productos y mercados ya que esta es la única forma de afrontar la competencia internacional y la situación de la economía nacional la cual es susceptible de cambios a último momento, también es significativo ganar competitividad mediante la adquisición de nueva tecnología, e innovación para competir en el mercado externo con productos de alta calidad y así lograr posicionarlos a mediano plazo en el mercado, logrando disminuir el riesgo de estar en un solo mercado el cual es un gran peligro en el que incurren las empresas actualmente.

### **1.5.2. Metodología.**

Se tienen fuentes de información primaria y secundaria a través de las cuales se hará el análisis para el desarrollo del proyecto.

Como fuente de información primara se cuenta directamente con todo el apoyo de Comestibles Maxiarepas SA, de quienes se obtiene gran parte de la información suministrada de primera mano por el Gerente el Sr. Julio Berrio y adicionalmente se realizan conversatorios y entrevistas con algunos de los empleados.

Para recolectar la información secundaria se elaboró un análisis de fuentes cibergraficas a fin de conocer el comportamiento y la evolución del producto en el mercado local.

En otras fuentes de internet como por ejemplo en la plataforma de syscomer empresa dedicada a desarrollar bases de datos para inteligencia de mercados se buscó quienes exportan arepas en Colombia y a que destinos.

Para el trabajo de campo se diseñó una encuesta enviada vía internet a Colombianos situados en la ciudad de Miami a través de la cual se obtiene información fundamental sobro el consumo del producto.

## **1.6 Alcances**

Este trabajo se realiza para identificar la mejor alternativa de negociación para la empresa Comestibles Maxiarepas SA. Con respecto a los procesos de internacionalización con Estados Unidos a través de la exportación de arepas a la ciudad de Miami. Este estudio se fundamenta en información recolectada de la empresa desde sus inicios (10 años) hasta la fecha. La entrada de funcionamiento de este proceso de envío del producto (arepas) se espera que sea para julio del 2015.

## **Ejecución del Proyecto**

### **2.1 Diseño de la matriz DOFA de Comestibles Maxiarepas SA. Para el proceso de internacionalización.**

**MATRIZ FODA**

	<b>Positivos Para alcanzar el objetivo</b>	<b>Negativos para alcanzar el objetivo</b>
<b>Origen Interno (Atributos de la empresa)</b>	<p><u>FORTALEZAS</u></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. La arepa es un producto que se puede preparar en diferentes formas y con distintos productos.</li><li>2. Consumo masivo por la población latina.</li><li>3. Materia prima de bajo costo y localizada en la región.</li><li>4. Duración del producto, hasta 24 días siempre y cuando maneje la cadena de frío.</li><li>5. Tecnología adecuada en la fabricación de los productos.</li><li>6. Infraestructura necesaria para el desarrollo y crecimiento de la empresa.</li><li>7. Alimento saludable que se puede consumir en cualquier momento, bajo en grasa y con alto contenido nutricional.</li></ol>	<p><u>DEBILIDADES</u></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. No contar con una página web.</li><li>2. Diferentes competidores que ofrecen el mismo producto</li><li>3. Desconocimiento de las normas tributarias, aduaneras, cambiarias e internacionales.</li><li>4. No existe un departamento de Comercio Exterior dentro de la empresa.</li><li>5. Mal proceso en la distribución de las arepas, provocando deterioro del producto.</li></ol>

<b>Origen Externo (Atributos del ambiente)</b>	<u>OPORTUNIDADES</u>	<u>AMENAZAS</u>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lograr reconocimiento a nivel internacional.</li> <li>2. Tratado de Libre Comercio (TLC) Colombia- Estados Unidos.</li> <li>3. Aceptación del producto en el mercado meta.</li> <li>4. Productos con materia prima (Maíz) son apetecidos en Estados Unidos.</li> <li>5. El crecimiento de la economía Colombiana brinda una oportunidad para el aumento en la infraestructura de la compañía con el fin de aumentar su capacidad productiva.</li> <li>6. Acompañamiento por parte de Procolombia (Proexport) en el proceso de exportación.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Devaluación del Peso frente al dólar.</li> <li>2. Al momento de realizar en envío, solo existen 2 o 3 aerolíneas que ofrecen vuelos directos a Miami.</li> <li>3. Sustitución del producto (tortillas, pan, pizza)</li> <li>4. Competidores extranjeros están entrando al mercado ofreciendo productos similares a un menor costo.</li> </ol>

## 2.2 Identificar la subpartida Arancelaria producto

Muchos de los inconvenientes legales, técnicos y logísticos a los que se ven sometidos los negociadores internacionales, tienen que ver con el mal uso o desconocimiento de la clasificación arancelaria. Esta se convierte en uno de los primeros pasos a nivel aduanero para la Importación o exportación de un producto. A partir de ella se definen aspectos como: tributos a pagar, país del cual me conviene importar o al cual exportar según los acuerdos comerciales, requisitos técnicos, documentos, vistos buenos y el régimen de importación o exportación al que puede estar sometido el producto.

La Nomenclatura Arancelaria es un sistema que mediante la utilización de una codificación, clasifica y agrupa por categorías las mercancías objeto de comercio internacional. Constituye un lenguaje cifrado que se basa en una metodología y reglas preestablecidas y permite a los diferentes operadores de comercio situados en diferentes países, independientemente del idioma, y con solo citar el código de una mercancía dada, entender a qué tipo de la misma se está haciendo referencia.

Este método lógico y sistemático que de acuerdo a normas y principios establecidos en la nomenclatura del Arancel de Aduanas, permiten identificar a través de un código numérico y su correspondiente descripción, todas las mercancías susceptibles de comercio, a fin de determinar el correspondiente tributo, las respectivas formalidades y requisitos a que están sometidas en el curso de alguna operación aduanera, en atención a su origen, también documentos, vistos buenos y demás requisitos de entrada al país de destino así como el régimen de importación o exportación al que puede estar sometido el producto.

El arancel de aduanas está dividido por los reinos animal, vegetal y mineral en 21 secciones y 98 capítulos donde las secciones agrupan con carácter de generalidad una o varias categorías de mercancías y se identifican con números romanos, y se expresa a modo de título. Los capítulos son desagregaciones de las secciones que se expresan en números arábigos, son noventa y ocho, de los cuales se utilizan 97 y se representan por los dos primeros dígitos.

#### Arancel

- ✓ Es un impuesto o gravamen aduanero fijado sobre la mercancía objeto de intercambio conforme cruza una frontera nacional.
- ✓ Es un impuesto que se aplica en el comercio exterior para agregar valor al precio de las mercancías en el mercado de destino. Se gravan las mercancías que se importan con el fin de equilibrar la producción de un país.
- ✓ Tratados y leyes con sus normas reglamentarias en que se establecen derechos de aduana.
- ✓ Es un listado de mercancías ordenado lógicamente y sistemáticamente, en el cual se relacionan todos los bienes.
- ✓ Este se encuentra dividido en 2 secciones y 98 capítulos

Es La OMA –Organización Mundial de Aduanas una organización intergubernamental reconocida internacionalmente como un centro global de prácticas aduaneras y juega un rol de liderazgo en la discusión, desarrollo, promoción e implementación de un sistema moderno y seguro de procedimiento aduaneros y todo lo que tenga que ver con la

estructura arancelaria, a través del S.A – Sistema Sistema armonizado para la designación y codificación de mercancías (S.A.).

En Colombia a través del Decreto 4927 de diciembre 26 del 2011 se rige la clasificación arancelaria y como organismo de control y vigilancia está encargada la DIAN- Dirección de impuestos y aduanas nacionales

La subpartida arancelaria para las arepas de maíz es 1905.909000 comprendida en la Sección IV y el capítulo 19 (ver tabla No.)

Partida: 4 dígitos

Dos primeros dígitos: Capítulo

Seis primeros dígitos: Subpartida

Ocho dígitos: Nomenclatura Nandina

Diez dígitos: Nomenclatura Colombiano

### **2.3 Inteligencia de mercados**

En la investigación realizada se encontró que Comestibles Maxiarepas SA. Durante el año 2012 participó en el programa de Formación Exportadora llevado a cabo por Proexport actualmente Procolombia; donde a través de un proceso de 8

meses aproximadamente, el actual Gerente de la Compañía recibió capacitación y acompañamiento para el desarrollo de la inteligencia de mercados obteniendo como resultado final, la participación en una macro rueda llevada a cabo en Miami Estados Unidos

En la citada inteligencia de mercados se preseleccionaron España, Canadá Venezuela y Estados Unidos, y luego en la selección quedaron España y Estados Unidos como los más poblados por colonias latinas colombianas, quedando calificado Estados Unidos como mercado objetivo para exportar el producto (Arepas) ya que se encuentra una cifra significativa de Colombianos radicados principalmente en la ciudad de Miami.

El tema quedó en estambay porque Comestibles Maxiarepas SA. Dedicó sus esfuerzos y recursos económicos en la modernización de su planta de producción, así como en la implementación de un plan de reestructuración para prepararse frente a las exigencias de mercados extranjeros, produciendo con altos estándares de calidad y tecnología, contando con el aporte de su personal capacitado y orientado al mejoramiento de las ventas.

Con la información previamente obtenida se retoma el mercado objetivo Miami Estados Unidos para actualizar datos estadísticos y cifras que permitirán documentar el nuevo estudio para la búsqueda de futuras alianzas con algunos supermercados de cadena, minoristas y mayoristas que servirán como intermediarios para situar el producto en manos del consumidor final.

Datos de Estados Unidos

- Capital: Washington D.C.

- Idioma: Inglés (oficial) 82,1%, Español 10,7%, otros 7,2%
- Población: 313.847.465 habitantes
- Superficie: 9.826.675 km<sup>2</sup>
- Sistema político: República Federal Constitucional y Presidencialista

Estados Unidos es considerada la mayor economía del mundo y una de las más poderosas tecnológicamente hablando. Este país es el importador más grande del planeta y el tercero que más exporta. Su economía es mixta, de carácter capitalista orientada hacia el mercado, en la cual los privados tienen una alta relevancia en las decisiones macroeconómicas y en la que el Estado desempeña un rol secundario.

Descripción geográfica (Ciudad seleccionada).

Miami: ubicada en la parte sureste de Florida sobre el río Miami, entre los Everglades y el océano Atlántico. Es la sede del condado estadounidense de Miami-Dade. Fue fundada el 28 de julio de 1896.

Descripción demográfica: Miami tiene la undécima mayor población hispanohablante del hemisferio occidental fuera de América Latina sólo detrás de San José, California y en primer lugar Nueva York, sin embargo es una de las ciudades con un alto porcentaje de población hispanohablante.

A partir de 2011, los hablantes de español como su primer idioma representaron el 69.4% de los habitantes con un nivel de ingresos de estratos medios en un grupo familiar latino con un promedio de ingresos anuales de 30.000 US.

Descripción de la población latina en Miami: Los residentes de origen Hispano representan el 69.4% (1.6 millones) de los habitantes de la ciudad de Miami, de los cuales 32.1% representan familias latinas residentes, o de orígenes hispanos. En cuanto a gastronomía, Este se ha convertido en un tema muy interesante en el campo de la industria alimentaria y de restaurantes en los EE. UU., sobre todo con la migración de tanto latino, quienes ahora ya se convirtieron en residentes de este país buscando mejorar la calidad de vida, algunos con tratando de obtener oportunidades laborales que por algún motivo no se les dio en Colombia. Los extranjeros se adaptan al país que los recibe, pero también generan cierta influencia en su nuevo hogar, sobre todo en un campo tan importante y de tanto peso como es el de la comida y las bebidas.

Principales productos de importación: Vehículos y sus partes, productos agrícolas, suministros industriales, bienes de capital (ordenadores, equipos de telecomunicaciones, maquinaria eléctrica), bienes de consumo como ropa, medicinas, muebles y juguetes.

Principales socios comerciales: México, Canadá, Japón, Unión Europea y China.

## **2.4 Procedimiento documental exigido por las entidades oficiales en Colombia**

Exportar lo puede hacer cualquier persona natural o jurídica legalmente constituida, y es a partir de este concepto la importancia que revisten los dos documentos claves para

que el declarante pueda estar preparado ante un eventual control tributario por parte de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

### **2.4.1 RUT – Registro Único Tributario.**

¿Qué es el RUT?

El Registro Único Tributario -RUT- constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto de renta y no contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio, los responsables del régimen común, los pertenecientes al régimen simplificado, los agentes retenedores, los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros; y los demás sujetos de obligaciones administradas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales ( DIAN).

#### **2.4.1.1 ¿Para qué sirve el RUT?**

Permite contar con información veraz, actualizada, clasificada y confiable de todos los sujetos obligados a inscribirse en el mismo, para desarrollar una gestión efectiva en materia de recaudo, control y servicio que a su vez facilite el cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias así como la simplificación de trámites y reducción de costos.

Ver anexo No.

## 2.4.2 ¿Qué es la Cámara de Comercio?

Las cámaras de comercio son las que representan a los empresarios y hacen respetar los principios de libertad, propiedad privada, economía de mercado, brindando beneficios a las empresas de tal manera que éstas puedan aumentar su producción y contribuir con la competitividad del país.

Las Cámaras de Comercio ejercerán las siguientes funciones:

- a) Servir de órgano de los intereses generales del comercio ante el gobierno y los comerciantes mismos;
- b) Adelantar investigaciones económicas sobre aspectos o ramos específicos del comercio interior y exterior y formular recomendaciones a los organismos estatales y semioficiales encargados de la ejecución de los planes respectivos;
- c) Llevar el registro mercantil y certificar sobre los actos y documentos en él inscritos, como se prevé en este código;
- d) Dar noticia en sus boletines u órganos de publicidad de las inscripciones hechas en el registro mercantil y de toda modificación, cancelación o alteración que se haga de dichas inscripciones;
- e) Recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certificar sobre la existencia de las recopiladas;
- f) Designar el árbitro o los árbitros o los amigables compondores cuando los particulares se lo soliciten;

- g) Servir de tribunales de arbitramento para resolver las diferencias que les defieran los contratantes, en cuyo caso el tribunal se integrará por todos los miembros de la junta;
- h) Prestar sus buenos oficios a los comerciantes para hacer arreglos entre acreedores y deudores, como amigables componedores;
- i) Organizar exposiciones y conferencias, editar o imprimir estudios o informes relacionados con sus objetivos;
- j) Dictar su reglamento interno que deberá ser aprobado por el Superintendente de Industria y Comercio
- k) Rendir en el mes de enero de cada año un informe o memoria al Superintendente de Industria y Comercio acerca de las labores realizadas en el año anterior y su concepto sobre la situación económica de sus respectivas zonas, así como el detalle de sus ingresos y egresos, y las demás que les atribuyan las leyes y el Gobierno Nacional.

Las personas jurídicas acceden al Certificado de Existencia y Representación Legal y las personas naturales acceden al Registro Mercantil, expedidos ambos por la oficina de Cámara y Comercio donde se encuentre el domicilio fiscal.

Debido a estos requisitos se modificó el objeto social de Comestibles Maxiarepas SA. Adicionándole la actividad de exportación e importación y dejando claridad y coherencia tanto en la actividad comercial registrada en el Rut como en el objeto social del Certificado de Existencia y representación legal.

Ver anexo

## **2.3 Vistos Buenos y técnicos exigidos en Colombia y en Estados Unidos**

INVIMA

(Exigido en Colombia)

FDA Y CERTIFICADO DE ORIGEN CERTIFICADO DE ORIGEN

(Exigido en Estados Unidos)

En Colombia para que el producto pueda ser exportado legalmente debe contar con este registro.

### **2.3.1 INVIMA – Instituto de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos.**

Es el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, es una entidad de vigilancia y control de carácter técnico científico, que trabaja para la protección de la salud individual y colectiva de los colombianos, mediante la aplicación de las normas sanitarias asociada al consumo y uso de alimentos, medicamentos, dispositivos médicos y otros productos objeto de vigilancia sanitaria.

#### **2.3.1.1. ¿Qué es un Registro Sanitario?**

Es el documento expedido por la autoridad sanitaria correspondiente INVIMA, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, envasar e importar un alimento con destino al consumo humano.

### **2.3.1.2. ¿Qué es un Permiso Sanitario?**

Es el documento expedido por el Invima, por el cual se autoriza a un microempresario para fabricar y vender alimentos de consumo humano en el territorio nacional con sus excepciones (Excepciones: Carnes, sus productos y sus preparados, leche en todas sus variedades, crema de leche, mantequilla, quesos frescos y maduros, aceites o grasas de mantequilla, mayonesa y productos preparados a base de huevo, enlatados, comidas precocidad y congeladas de origen animal, agua envasada y alimentos infantiles).

Ver anexo

### **2.3.2 Que es la FDA (Food and Drug Administration - Administración de Drogas y Alimentos de los Estados Unidos).**

Se encarga de promover la salud pública para lo cual contribuye a adelantar innovaciones que aumentan la eficacia, inocuidad y asequibilidad de los medicamentos y alimentos, y de colaborar con el público para que reciba la información científica precisa que necesita para adquirir medicamentos y reducir el consumo de tabaco con el fin de mejorar la salud

La FDA tiene la responsabilidad de garantizar que los alimentos, los productos médicos y otros bienes importados en Estados Unidos, cumplan rigurosas normas de inocuidad y calidad idénticas a las que cumplen los productos fabricados en dicho país. De igual forma:

- Proteger la salud pública mediante la regulación de los medicamentos de uso humano y veterinario
- Favorecer la salud pública mediante el fomento de las innovaciones de productos
- Proveer al público de información necesaria, que permita utilizar medicamentos y alimentos para mejorar su salud.

### **2.3.3 Certificado de Origen.**

El certificado de origen es un documento que acredita que las mercancías a ser despachadas son originarias de un determinado país o territorio.

Puede ser exigido por el importador para validar el origen de la mercancía o para obtener preferencias arancelarias al amparo de un acuerdo comercial.

El origen viene determinado por el país o territorio donde ha sido fabricado el producto o donde ha sufrido la última transformación sustancial.

El Certificado de Origen sirve para acreditar el origen de las mercancías que se importan o exportan, condicionando el tratamiento comercial que se dé a las mismas en el

momento de su entrada en un territorio aduanero, ya que se aplican controles aduaneros, sanitarios y comerciales diferenciados según el país de origen.

El certificado de origen permite al producto ingresar con preferencia arancelaria ya que por el TLC (Tratado de libre comercio) con Estados Unidos tendrá una desgravación a cero. Ver anexo

Actualmente Comestibles Maxiarepas SA. Cumple con estos tres requisitos documentales para realizar la exportación de su producto (Arepas) a la ciudad de Miami.

#### **2.3.4. Normas de Etiquetado y Empaque.**

Las políticas de calidad de Comestibles Maxiarepas SA., exigen que las normas de empaque sean diseñadas para la durabilidad del producto ya que es un alimento perecedero por tal motivo su empaque es al vacío lo que proporciona más frescura y sabor de 3 a 5 veces más tiempo que los métodos convencionales, conservando su frescura y apariencia natural. De igual forma el etiquetado cuenta con datos nutricionales en dos idiomas, español e inglés, con el contenido de sus ingredientes, la fabricación, distribución y el número de licencia INVIMA **RSAA21 I6105**

#### **2.4. Estructura de costos del producto**

La estructura de costos definitivamente permite identificar claramente todos y cada uno de los rubros en los que se incurrirán dependiendo del término de negociación internacional escogido o pactado con el comprador.

Dado lo anterior la costumbre comercial ha permitido que la comercialización de bienes internacionalmente sea elaborada bajo parámetros establecidos por la Cámara de Comercio Internacional.

Ver tabla

Incoterms

Los Incoterms nos son una ley ni una norma, es una recopilación de información a partir de las costumbres comerciales, administrados por la Cámara de Comercio Internacional quien los estableció y registró como marca. Estos determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional.

Tienen como finalidad facilitar la conducción del comercio global. Así podrán evitarse las incertidumbres derivadas de las distintas interpretaciones en diferentes países. Estos ayudan a identificar las respectivas obligaciones entre las partes y reduce el riesgo de complicaciones legales.

Los Inconterms determinan el punto exacto de la transferencia del riesgo de daño y la responsabilidad de entrega de la mercancía entre vendedor y comprador.

Ver Anexo

Este es el costeo para la exportación realizada para la Empresa Comestibles Maxiarepas SA., en el cual se le dará la opción al cliente de realizarlo a través del inconterms FCA ya que este se puede utilizar por vía aérea ya que es un producto

perecedero y se debe distribuir en el menor tiempo posible, y los riesgos del vendedor no son tan altos ya que el producto se entrega en el país de destino al transportador pactado por el comprador en el lugar dispuesto por las partes. A continuación se dará a conocer toda la información sobre este término de igual manera que es un incoterms.

### **FCA (Free Carrier) - Libre Transportista (lugar convenido)**

Significa que el vendedor entrega la mercadería para la exportación al transportista propuesto por el comprador, en el lugar acordado.

El lugar de entrega elegido influye en las obligaciones de carga y descarga de las partes. Si la entrega tiene lugar en los locales del vendedor este es responsable de la carga. Si la entrega ocurre en cualquier otro lugar, el vendedor no es responsable de la descarga.

Este término puede emplearse en cualquier medio de transporte incluyendo el transporte multimodal.

#### ***Obligaciones del vendedor.***

- Entrega de la Mercadería y documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)

### ***Obligaciones del comprador***

- Pagos de la mercadería
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Seguro
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete y seguro (lugar de importación a planta)
- Demoras

### **2.5. Cadena logística de la exportación**

Los grandes costos que marcan la diferencia en la gestión de las empresas son los logísticos. De hecho, el precio de un producto en mercados externos está condicionado precisamente por los costos logísticos asociados a tener el producto disponible en ese mercado. Por eso, resulta clave optimizar los procesos comerciales y operacionales dentro de la cadena de suministro, y gran parte de ello se relaciona con la Logística.

Esta es la que permite saber cuál es la mejor forma de llevar el producto a Estados Unidos, desde donde inicia el proceso de producción, empaque y embalaje.

Los principales operadores que intervienen en una cadena logística de exportación son:

**TRANSPORTADOR LOCAL:** Persona que se dedica profesionalmente al transporte de mercancías desde las fábricas o puntos de origen y recogida de la mercancía a puntos de entrega convenidos al primer transportador internacional como son puertos, aeropuertos y fronteras

**AGENTE ADUANERO:** Son las personas jurídicas cuyo objeto social principal es el ejercicio de la Intermediación Aduanera actuando como declarantes por encargos de terceros, para lo cual deben obtener autorización por parte de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales y tener poder o mandato otorgados por los exportados y/o importadores.

También se consideran Agencias de aduanas, los Almacenes Generales de Depósito sometidos al control y vigilancia de la Superintendencia Bancaria, cuando ejerzan la actividad de Intermediación Aduanera, respecto de las mercancías consignadas o endosadas a su nombre en el documento de transporte, que hubieren obtenido la autorización para el ejercicio de dicha actividad por parte de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, sin que se requiera constituir una nueva sociedad dedicada a ese único fin.

**AGENTE DE CARGA INTERNACIONAL:** Persona jurídica inscrita ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, que realiza actividades de recepción de carga de diferentes despachadores para su consolidación y unitarización. Así mismo, emite los documentos de transporte hijos en sus propios

formularios y contrata el transporte hasta el lugar de destino en donde efectúa la desconsolidación.

**TRANSPORTADOR INTERNACIONAL:** Son los encargados de transportar la mercancía al destino final amparado con un contrato de fletamento internacional, llamado guía aérea, conocimiento de embarque o B/L para marítimo o carta porte para terrestre o férreo.

**DEPOSITOS ADUANEROS:** Son lugares habilitados por la DIAN donde pueden estar almacenadas mercancías que están sometidas a un régimen aduanero de importación o exportación o se encuentran en tránsito sin finalizar su régimen.

**OPERADORES DE PORTUARIOS O AEROPORTUARIOS:** Son empresas establecidas para brindar apoyo con equipos especializados para movilización y manipulación de carga dentro de los puertos y aeropuertos. Estos cuentan también con cuadrillas de hombres para la realización de inventarios y conteo de mercancías cuando sea requerido por el dueño de la carga, o por instrucción de alguna entidad competente.

**DIAN:** La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia genera un alto nivel de cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias, apoya la sostenibilidad financiera del país y fomenta la competitividad de la economía nacional, gestionando la calidad y aplicando las mejores prácticas internacionales en su accionar institucional.

## **2.6 Procedimiento aduanero requerido y la documentación para efectuar la exportación**

A partir del concepto técnico aduanero definido según el decreto 2685/99, exportar es la salida temporal o definitiva de mercancías al exterior o a una Zona Franca y para esto es necesario llevar a cabo un procedimiento técnico y logístico que permita un control posterior por parte de la entidad competente que para el caso es la DIAN.

El documento que respalda legal y aduaneramente una exportación es la declaración de exportación, la firmeza de esta se genera una vez quede cerrada y firmada digitalmente por parte de la DIAN para lo cual en un control posterior, la citada entidad dispone de cinco años para llevar a cabo la trazabilidad de los régimen tributario, aduanero, cambiario más el control internacional.

El paso a paso del proceso aduanero consiste en lo siguiente:

### **2.6.1 Presentación de la SAE - solicitud para autorización de embarque.**

Esta es presentada a través del sistema MUISCA **Modelo único de ingresos, servicios y control automatizado**) por parte del declarante autorizado por la DIAN como los Agentes de aduana, los ALTEX – Usuarios Altamente

Exportadores o el representante legal de la compañía cuando la operación no supera los US\$ 10.000 FOB.

A través de esta solicitud se ingresan los datos de la mercancía y el transporte local 48 horas antes de que esta llegue a Zona primaria en el puerto, aeropuerto o frontera.

### **2.6.2. Planilla de ingreso a zona primaria (Aeropuerto, puerto o frontera).**

Esta se realiza también por parte del declarante con el fin de que los transportadores locales cuando lleguen a las Zonas primarias Aduaneras, puedan ser recibidos porque previamente fueron registrados. Los datos para la planilla de traslado son: Identificación del transporte local, placas del vehículo, tipo de carga, número de bultos, estibas, cajas por estiba, peso bruto, nombre del transportador internacional.

### **2.6.3. Selectividad.**

Esta se da cuando la carga ya ingresó a bodega del transportador internacional y es perfilada por parte de la DIAN para proceder con la inspección aduanera bien sea física, documental o automática.

También la Policía antinarcoóticos genera una selectividad para definir qué tipo de inspección realiza y verifica si las cargas no van contaminadas

#### **2.6.4. Autorización de embarque.**

Esta la genera la DIAN luego de inspeccionada la mercancía y es la que indica que el exportador ha cumplido con los requerimientos aduaneros para que la carga sea embarcada en el medio de transporte internacional.

#### **2.6.5. Certificación del transportador.**

El transportador internacional ingresa a la plataforma de la DIAN con su rol para generar el Manifiesto de Carga, certificando cuanta carga lleva en su medio de transporte respaldada con los diferentes documentos de embarque.

#### **2.6.6. Expedición de la Declaración de exportación.**

Luego de que se genere el manifiesto de carga, el declarante procede a ingresar a la plataforma de la DIAN para obtener la firma digital de ésta entidad y darle el cierre definitivo a la declaración de exportación con la asignación de un número que será el que tenga validez para un control posterior.

#### **2.6.7. Documentos.**

El procedimiento aduanero debe estar soportado por ciertos documentos que deben reposar por cinco años en los archivos del declarante apoderado y/o exportador para los controles posteriores por parte de la DIAN bajo los regímenes tributario, aduanero, cambiario y control internacional.

#### ***2.6.4.1 Factura comercial.***

Con el decreto 1530 de 2008 queda reglamentada y debe contener la siguiente información.:

Fecha de vencimiento, NIT del exportador y del importador o consignatario, término de negociación, moneda de negociación, descripción completa de la mercancía incluyendo la descripción mínima si el producto así lo exige según la partida arancelaria, modo de transporte, tipo de cambio si la negociación es diferente al dólar americano, flete y seguro si la negociación es CIP O CIF, forma de pago indicando la fecha del primer anticipo si así se generó, cantidad de cuotas del crédito, clase de embalaje, número de bultos, número de cajas, peso neto, y peso bruto. VER ANEXO No.

#### ***2.6.4.2 Documento de transporte***

Guía aérea, Conocimiento de embarque, o carta porte. Este es generado por el agente de carga o el transportador internacional directamente. VER ANEXO No.

#### ***2.6.4.2 Documento único de exportación o declaración de exportación***

Este debe ser presentado por el declarante, a través del MUISCA y primero funciona como SAE – Solicitud Autorización de embarque y luego se convierte en Declaración de Exportación Definitiva. Debe ser acompañado de los demás documentos soportes según el tipo de mercancía VER ANEXO No.

#### ***2.6.4.3 Declaración de cambio F2***

Es la única formalidad aduanera que el Régimen cambiario exige y es la que permitirá la adecuada canalización de divisas a través del mercado cambiario.

### **2.7. Procedimiento cambiario**

#### **2.7.1 El Régimen Cambiario en Colombia.**

El control de cambios internacionales en Colombia, al igual que en los demás países latinoamericanos, surge en el año 1930 como una respuesta a la crisis económica mundial consecuente de la posguerra y la “Gran Depresión”.

Desde ese entonces el país ha convivido con una normativa cambiaria que, de acuerdo con la política económica del momento, ha impuesto diversos grados de

control a los activos internacionales, que van desde el más absoluto control hasta la libertad total, con algunos periodos de semi-liberalización.

#### MARCO LEGAL

- ✓ Ley 9ª de 1991- Ley Marco de Cambios Internacionales
- ✓ La Resolución 8 de 2000 de la Junta Directiva del Banco de la República o Estatuto cambiario
- ✓ La circular reglamentaria DCIN83 determina los procedimientos aplicables a las declaraciones de cambio.

El actual marco legal del régimen cambiario colombiano está constituido por la Ley 9ª de 1991, las resoluciones que expide la Junta Directiva del Banco de la República como autoridad crediticia, monetaria y cambiaria en razón de las facultades otorgadas a ésta por la Ley 31 de 1992, y las Circulares Reglamentarias como lo es la DCIN 83 para el Régimen de Cambios Internacionales.

#### **2.7.1.2 La Ley 9ª de 1991 o Ley Marco de Cambios Internacionales**

*Es* la norma que establece las disposiciones generales a las que debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular los cambios internacionales, señala los criterios, propósitos y funciones que deben observarse por parte del Ejecutivo, la Junta Directiva del Banco de la República y el Departamento Nacional de Planeación al expedir la

normatividad que regula el régimen cambiario, precisando, para este efecto, las facultades que corresponde a la Junta Directiva del Banco de la República.

Propósitos del régimen cambiario: El régimen cambiario tiene por objeto promover el desarrollo económico y social y el equilibrio cambiario, con base en los siguientes objetivos que deberán orientar las regulaciones que se expiden en desarrollo de la Ley Ley 9ª de 1991

- a) Propiciar la internacionalización de la economía colombiana con el fin de aumentar su competitividad en los mercados externos.
- b) Promover, fomentar y estimular el comercio exterior de bienes y servicios, en particular las exportaciones, y la mayor libertad en la actuación de los agentes económicos en esas transacciones.
- c) Facilitar el desarrollo de las transacciones corrientes con el exterior y establecer los mecanismos de control y supervisión adecuados.
- d) Estimular la inversión de capitales del exterior en el país.
- e) Aplicar controles adecuados a los movimientos de capital.
- f) Propender por un nivel de reservas internacionales suficiente para permitir el curso normal de las transacciones con el exterior.
- g) Coordinar las políticas y regulaciones cambiarias con las demás políticas macroeconómicas.

### **2.7.1.3 La Resolución 8 de 2000 de la Junta Directiva del Banco de la República o Estatuto cambiario y sus modificaciones**

Esta comprende las disposiciones concretas a las cuales debe sujetarse cualquier operación de cambio. Esta norma regula íntegramente el régimen de cambios internacionales, abordando entre otros temas, el control del mercado cambiario, las operaciones de cambio, los participantes en el mercado, la tenencia y negociación de divisas, en general cuales son las operaciones sujetas al régimen cambiario así:

- Los actos, contratos y operaciones de adquisición, tenencia o disposición de bienes o derechos en el extranjero realizados por residentes, y los actos, contratos y operaciones de adquisición, tenencia o disposición de bienes o derechos en Colombia por parte de no residentes.
- Los actos, contratos y operaciones en virtud de los cuales un residente resulte o pueda resultar acreedor o deudor de un no residente y los actos de disposición sobre los derechos u obligaciones derivados de aquéllos.
- La tenencia, adquisición o disposición de activos en divisas por parte de residentes o, cuando se trate de no residentes, la tenencia, adquisición o disposición de activos en moneda legal colombiana.
- Las entradas o salidas del país de divisas o moneda legal colombiana y de títulos representativos de las mismas.
- Los actos en virtud de los cuales se produzca la extinción de obligaciones entre residentes y no residentes.

Así mismo, se han clasificado las operaciones de cambio sujetas al régimen cambiario de las que no lo están, situación que en la práctica configura que, desde el punto de vista operativo, el régimen de cambios se divida en dos: el mercado cambiario y el mercado libre.

#### ***2.7.1.3.1 Mercado cambiario***

El mercado cambiario está constituido por la totalidad de las divisas que deben canalizarse obligatoriamente por conducto de los intermediarios autorizados para el efecto o a través del mecanismo de cuentas de compensación, derivadas de aquellas operaciones de las cuales sus poseedores no pueden disponer libremente, sino que tienen el deber de reintegrarlas, a través de los intermediarios autorizados, dentro de los seis (6) meses siguientes a su recepción.

También formarán parte del mercado cambiario las divisas que, no obstante estar exentas de esa obligación, se canalicen voluntariamente a través del mismo.

Las siguientes operaciones de cambio deberán canalizarse obligatoriamente a través del mercado cambiario:

Importación y exportación de bienes.

Operaciones de endeudamiento externo celebradas por residentes en el país, así como los costos financieros inherentes a las mismas.

- Inversiones de capital del exterior en el país, así como los rendimientos asociados a las mismas.
- Inversiones de capital colombiano en el exterior, así como los rendimientos asociados a las mismas.
- Inversiones financieras en títulos emitidos y en activos radicados en el exterior, así como los rendimientos asociados a las mismas, salvo cuando las inversiones se efectúen con divisas provenientes de operaciones que no deban canalizarse a través del mercado cambiario.
- Avales y garantías en moneda extranjera.
- Operaciones de derivados.

#### ***2.7.1.3.2 Mercado libre***

Los ingresos de divisas por concepto de servicios prestados por residentes en el país, quedarán exentos de la obligación de ser transferidos o negociados a través de mercado cambiario. Sin perjuicio de lo anterior, estos ingresos podrán ser regulados por la Junta Monetaria.

Las operaciones sujetas a canalizarse voluntariamente por el mercado libre son las siguientes:

- Fletes y gastos no declarados en una factura de exportación o de importación

- Donaciones y transferencias
- Turismo
- Servicios técnicos
- Servicios bancarios
- Servicios de salud
- Cualquier otra prestación considerada servicios

***2.7.1.4 La circular reglamentaria DCIN83 determina los procedimientos aplicables a las declaraciones de cambio.***

#### ***2.7.1.4.1 Declaración de cambio***

La declaración de cambio es una formalidad que se exige a los residentes para efectuar una operación de cambio, independientemente de que esta se realice a través de intermediarios del mercado cambiario o por el mecanismo de las cuentas de compensación.

Los formularios, condiciones, requisitos y parámetros para el diligenciamiento y presentación de la declaración de cambio, se encuentran previstos en el Manual de Cambios Internacionales del Banco de la República, en la actualidad compendiados en la Circular Reglamentaria DCIN-83 compendio actualizado al 30 de Julio de 2014.

La declaración de cambio deberá presentarse por quien realiza la operación, su representante legal, apoderado o mandatario especial aunque

no sea abogado, calidades que se presumirán en quienes se anuncien como tales al momento de la presentación. Los Intermediarios del Mercado Cambiario (en adelante IMC) podrán actuar como mandatarios o agentes oficiosos para la presentación de las declaraciones de cambio, sujetos a las restricciones y formalidades que impone la Ley.

La declaración de cambio se debe presentar en los formularios que al efecto, y de acuerdo con el tipo de operación de cambio a reportar, tiene implementados el Banco de la República.

La presentación de la declaración de cambio que acredita la negociación o transferencia de las divisas para efectuar el pago o el reintegro a través de los IMC o de las cuentas de compensación, por parte del representante legal, apoderado o mandatario especial del titular de la operación de cambio, no puede implicar el cumplimiento de una operación interna entre residentes en contravención de lo dispuesto en el artículo 79 de la R.E. 8/00 J.D.

La presentación de la declaración de cambio deberá efectuarse ante los IMC en original y copia al momento de la compra o venta de las divisas. En el caso de la canalización a través de cuentas de compensación, se presenta directamente ante el Banco de la República con el informe mensual.

#### ***2.7.1.4.2 numerales cambiarios***

Son asignados por el Banco de la República y permiten identificar para fines estadísticos los ingresos y egresos de divisas por concepto de operaciones realizadas por el mercado cambiario y el mercado libre.

#### ***2.7.1.4.3 Exportaciones de bienes***

La operación cambiaria que permite el ingreso de divisas al país por concepto de exportaciones, se llama Reintegro y las disposiciones aplicadas a exportaciones son las siguientes:

#### ***2.7.1.4.4 Canalización***

Los residentes deberán canalizar a través del mercado cambiario las divisas provenientes de sus exportaciones. Los exportadores podrán conceder plazo a los compradores del exterior para pagar las exportaciones.

#### ***2.7.1.4.5 Pagos anticipados y posteriores a embarque***

Las exportaciones podrán estar financiadas bajo la modalidad de pagos anticipados provenientes del comprador del exterior, o bajo la modalidad de prefinanciación de exportaciones en la forma de préstamos en moneda extranjera concedidos por los intermediarios del mercado cambiario por no residentes.

#### ***2.7.1.4.5.1. Pagos Anticipados.***

Las divisas recibidas de compradores extranjeros por concepto de futuras exportaciones de bienes no constituyen una obligación financiera con reconocimiento de intereses ni generan para el exportador obligación diferente a la entrega de la mercancía. Esta debe ser canalizada bajo la declaración de cambio F2 con el numeral cambiario 1050 asignado por Banco de la Republica

#### ***2.7.1.4.5.2. Pagos Posteriores al despacho***

Las divisas recibidas de compradores extranjeros por concepto de exportaciones de bienes ya embarcados deben ser canalizadas bajo la declaración de cambio F2 con el numeral cambiario 1040 asignado por Banco de la Republica para reintegros recibidos dentro del año de efectuada la exportación; o con el numeral cambiario 1043 para reintegros realizados después de los 12 (doce) meses de realizada la exportación. Para el caso de exportaciones que hayan sido negociadas con fletes y otros gastos declarados en el documento de exportación, deberán ser declarados con el numeral cambiario 1510.

### **3. Hallazgos**

Para realizar el proyecto de internacionalización de la empresa Maxiarepas SA, con base en la exportación de su producto (Arepas) a la ciudad de Miami Estados Unidos, se fijaron varios objetivos los cuales se desarrollaron encontrando viabilidad en diferentes aspectos como, el mercado al que está dirigido ya que Miami es una ciudad donde se encuentra gran población latina que tienen necesidad de consumir alimentos producidos en su tierra por el hecho de que se encuentra mucha variedad de este producto (Arepas) pero importados de otros países como Puerto Rico y Guatemala los cuales no cuentan con la misma calidad y sabor de los productos ofrecidos en Colombia.

Maxiarepas es una empresa que cuenta con todo el potencial para llegar a nuevos mercados tales como maquinaria, infraestructura, documentación requerida, músculo financiero, ya que en anteriormente tenía un deficitaria infraestructura donde su producción le daba para llegar solo al mercado local.

Después de un acompañamiento que tuvo por parte de Proexport actualmente Procolombia donde el Gerente de la empresa Julio Berrio viajó a Estados Unidos a una macrorueda en la que obtuvo todo el conocimiento para realizar una exportación con posibles compradores o clientes potenciales, inició el interés por sacar su producto (Arepas) del mercado local al internacional. Por dicho motivo se comenzó a realizar mejoras en maquinaria, locación, infraestructura y diferentes normas para poner en marcha el proyecto.

Se obtuvo todo el conocimiento de la regulación aduanera, arancelaria y cambiaria para acceder a los beneficios que se tienen a la luz de un tratado de libre comercio (TLC), que tipos de normas se aplican a esta exportación, como se debe negociar con base al mercado cambiario, la reglamentación aduanera y la partida arancelaria para este producto.

En cuanto a la documentación la empresa ya cuenta con el registro INVIMA (Instituto de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos) el cual es exigido en Colombia para la distribución de su producto de forma local, como empresa cuenta con el RUT (Registro Único Tributario) y Cámara de Comercio. De igual forma se dio lugar al conocimiento de los documentos exigidos en Estados Unidos como el FDA y el certificado de origen.

## **4. Conclusiones y recomendaciones**

### **4.1. Conclusiones**

En la ejecución del proyecto se obtuvo conocimiento tanto a nivel personal como profesional ya que con base en los objetivos propuestos se realizó una serie de investigaciones para el desarrollo de los mismos.

Con base en Maxiarepas EU se puede decir, es una empresa constituida hace más de 10 años y que ha tenido una gran evolución en su proceso de producción y de economía en escala posicionando en el mercado local la venta y la distribución de arepas.

En el trabajo de Internacionalización de Maxiarepas SA es totalmente viable ya existe mucho potencial para la exportación del producto (Arepas), esta cuenta con gran aceptación en la comunidad latina que se encuentra en la ciudad de Miami, debido a la escasez de un producto de excelente calidad y con sabor de la arepa 100% paisa.

Maxiarepas SA cuenta con todo el potencial para iniciar con la exportación de su producto debido a las labores de mejora de la infraestructura de la empresa, contando con la documentación requerida para el proceso y abasteciendo la demanda local para ir a incursionar en mercado internacional.

Por medio de este proyecto se obtuvo todo el conocimiento en cuanto a la documentación necesaria para un plan de internacionalización, conocimiento de mercado, régimen cambiario, normas, realización de un costeo entre otros.

## **4.2. Recomendaciones**

Iniciar con la creación de una página web ya que esta es de gran ayuda al momento de una negociación, don de un comprador o una persona interesada en el producto se basa de la información suministrada por la web para la toma de decisiones

Es importante estar al día con la información sobre cambios en el mercado cambiario y el régimen aduanero y arancelario ya que estos sufren de cambios y el desconocimiento de esto puede generar un mal proceso o alguna sanción.

Estar atentos al momento de transportar el producto ya que una pérdida de la cadena de frio, puede originar un producto en mal estado, ocasionando pérdida de clientes dándoles ventajas a los clientes.

## Referencias Cibergraficas.

En la dirección electrónica <http://www.fda.gov/downloads/AboutFDA/ReportsManualsForms/Reports/UCM349987.pdf> es posible encontrar información de la regulación de Estados Unidos FDA.

En la dirección electrónica <http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm> es posible encontrar información de los Incoterms.

En la siguiente dirección electrónica <http://www.dian.gov.co/descargas/sobredian/direccionamiento2010/PLAN ESTRATEGICO 2010-2014 V 21 Sintetizada.pdf> es posible encontrar información sobre la Dirección de Impuestos y Aduanas DIAN

En la siguiente dirección electrónica <http://www.emb.cl/negociosglobales/articulo.mvc?xid=116&edi=5&xit=comprendiendo-la-cadena-logistica-de-exportacion> es posible encontrar información sobre logística, transporte y distribución.

En la dirección electrónica <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces> es posible encontrar la estructura arancelaria del arancel

En la dirección electrónica <http://www.dian.gov.co/dian/13Normatividad.nsf/e9f4a60f9d1ed93a05256f8800650b07/b7b949878ddfc474052575b50055089e?OpenDocument> es posible encontrar la normativa aduanera y técnica para el régimen de exportaciones

En las siguientes direcciones electrónicas; <http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/paginas/LEY09DE1991CONHIPERVINCULOS-1.pdf>, [http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/reglamentacion/archivos/re\\_8\\_2000\\_compendio.pdf](http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/reglamentacion/archivos/re_8_2000_compendio.pdf);

<http://www.banrep.gov.co/es/compendio-dcin83> es posible encontrar el marco legal y la normatividad cambiaria

En la dirección electrónica <http://www.procomer.com/contenido/descargables/logistica-exportacion/otros/incoterm-2010.pdf> es posible encontrar información relacionada con los Incoterms.

## ANEXOS

Anexo: Nombrar el anexo B

Continúe con tantos anexos como considere necesario.

Anexo 1. Modelo de encuesta

Anexo 2: Encuesta 1

Anexo 3: Encuesta 2

Anexo 4 Encuesta 3

Anexo 5: Encuesta 4

Anexo 6: Encuesta 5

Anexo 7: Encuesta 6

Anexo 8: Encuesta 7

Anexo 9 Encuesta 8

Anexo 10 Encuesta 8

Anexo 11 Encuesta 9

Anexo 12 Encuesta 10

Anexo 13 Rut Comestibles Maxiarepas SA

Anexo 14 Certificado de Existencia y Representación Legal Comestibles Maxiarepas SA.

Anexo 15 Registro Sanitario de Invima

Anexo 16 Factura

Anexo 17 Declaración de exportación

Anexo 18 Documento de transporte

Anexo 19 Declaración de cambio F2