



En-Contexto Revista de Investigación en Administración,
Contabilidad, Economía y Sociedad

ISSN: 2346-3279

encontexto@idea.edu.co

Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia
Colombia

Chaverra Hincapie, Elizabet
Imports in Colombia: a Case Study of Obstacles and Challenges
En-Contexto Revista de Investigación en Administración, Contabilidad,
Economía y Sociedad, vol. 4, no. 5, 2016, July-December, pp. 139-154
Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia
Colombia

Available in: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=551857287006>

- How to cite
- Complete issue
- More information about this article
- Journal's webpage in redalyc.org

UDEM  redalyc.org

Scientific Information System Redalyc
Network of Scientific Journals from Latin America and the Caribbean, Spain and
Portugal

Project academic non-profit, developed under the open access initiative

Los procesos de importación en Colombia: Barreras y Retos. Un estudio de caso

Imports in Colombia: a Case Study of Obstacles and Challenges

Recibido: 10-12-2015 • Aprobado: 28-04-2016 • Página inicial: 139 - Página final: 154

Elizabet Chaverra Hincapié*

Resumen: el presente artículo es el resultado de una investigación que buscó identificar las barreras que se les presentan a las Pymes en Colombia, en el proceso de importación de perfiles en aluminio, concretamente desde Alemania, bajo la partida arancelaria 7610100000. El propósito principal se concentra en analizar la información suministrada por personas involucradas dentro del proceso de comercio exterior, en este caso empresas que gestionaron importaciones durante los años 2012 a 2014 desde Alemania hacia Colombia. Se propone el estudio de caso para el desarrollo del proceso metodológico, a través de la selección de fuentes orales mediante la intencionalidad y juicio del investigador y la aplicación de técnicas de entrevista semiestructuradas para fortalecer el análisis de las experiencias del caso en sí.

Palabras clave: barreras, importación, Pymes, perfiles, aluminio.

Abstract: This paper is the result of a research project that aimed to identify the obstacles that Colombian SME's find when importing aluminum profiles, specifically from Germany, under tariff item 7610100000. The main purpose is to analyze the information provided by people involved in international trade; in this case, people that work in companies that managed imports from Germany to Colombia between 2012 and 2014. A case study is proposed in order to develop the methodology through oral sources selected on the basis of the researcher's intention and judgement, as well as the application of semi-structured interviewing techniques. Thus, the analysis of the experiences of the case itself is strengthened.

Keywords: barriers, import, SMEs, profiles, aluminum.

JEL: M21, M38

* Negociadora Internacional y Especialista en Logística y Distribución Física Internacional, Medellín – Colombia.
lizhincapi@gmail.com

Les processus d'importation en Colombie: les obstacles et les défis. Une étude de cas

Résumé: le présent article est le résultat d'une enquête qui a cherché à identifier les obstacles qui leur sont soumis à des PME en Colombie, dans le processus d'importation de profilés en aluminium, en particulier depuis l'Allemagne, sous la position tarifaire 7610100000. Le but principal se concentre sur l'analyse des informations fournies par des personnes impliquées dans le processus du commerce extérieur, dans ce cas des entreprises qui ont géré des importations au cours des années 2012 à 2014 depuis l'Allemagne vers la Colombie. Il est proposé de l'étude de cas pour le développement du processus méthodologique, à travers de la sélection de sources orales par l'intention et le jugement de l'investigateur et l'application de techniques d'entretien semi-structurées pour renforcer l'analyse des expériences du cas.

Mots-clés: barrières, importation, PME, profils, aluminium.

Os processos de importação na Colômbia: obstáculos e desafios. Um estudo de caso

Resumo: eeste artigo é o resultado de uma investigação que procurou identificar as barreiras que são apresentados para as PME na Colômbia, no processo de importação de perfis em alumínio, especificamente da Alemanha, ao abrigo da posição pautal de 7610100000. O principal objetivo se concentra em analisar as informações fornecidas pelas pessoas envolvidas no processo de comércio externo, neste caso as empresas que conseguiram as importações durante os anos de 2012 a 2014 da Alemanha para a Colômbia. É proposto o estudo de caso para o desenvolvimento do processo metodológico, através da selecção de fontes orais através da intencionalidade e acórdão do pesquisador e a aplicação de técnicas de entrevista semi-estruturada para reforçar a análise das experiências do próprio processo.

Palavras-chave: barreiras, importação, PME, perfis, alumínio.

Introducción

Las Pymes juegan un papel cada vez más importante en el crecimiento comercial y sostenible de Colombia, pues éstas, por su estructura, gozan de ciertos beneficios que facilitan su incursión en el comercio exterior. De esta forma se les permite generar nuevas alianzas con mercados externos que, a través de tratados o acuerdos comerciales, facilitan la entrada y el desarrollo de nuevos productos al mercado local, generando estrategias de crecimiento, innovación y competitividad.

Este artículo analiza las barreras que se pueden presentar en las Pymes durante el proceso de importación, en específico, de perfiles en aluminio, desde Alemania hacia Colombia, bajo la partida arancelaria 7610100000. Según los datos del MinCIT en el acumulado enero-agosto de 2014, las importaciones expresadas en US\$41.547,3 millones, crecieron un 6,8% respecto al mismo período del año anterior. Este crecimiento fue superior en cerca de 7,1 puntos porcentuales al registrado en el acumulado a agosto de 2013 (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2015).

En el contexto académico se encuentran algunos estudios sobre barreras comerciales en términos generales que parten principalmente de la influencia que la globalización ha tenido en el comercio internacional, y de la dinámica que permite evaluar las diferentes opciones para obtener los mejores resultados en una negociación. La estructura de este artículo se presenta en cuatro grandes secciones: la primera contempla el planteamiento del problema; la segunda precisa el método de aplicación que ayudará a la investigación; la tercera presenta el desarrollo de la investigación; y, finalmente, en la cuarta y última, se desarrolla el análisis y se presentan las conclusiones.

Metodología

Este artículo de investigación pretende identificar los requisitos, indicar los procesos y verificar los aspectos que puedan facilitar información a los empresarios Pymes a través de un estudio que guíe o ayude a dar respuesta a la necesidad de conocer cuáles son las barreras que se presentan en el proceso de importación del producto perfiles en aluminio, desde Alemania hacia Colombia bajo la partida arancelaria 7610100000. Todo esto con el fin de aportar información para la toma de decisiones y futuros procesos de importación.

Para el desarrollo de este propósito se requirió de una investigación mixta que aborda estrategias cualitativas y cuantitativas a partir del acompañamiento

de técnicas como la encuesta y la entrevista estructurada bajo el cuestionario como instrumento, las cuales tuvieron como objetivo conocer las dinámicas, oportunidades y amenazas que se pudieron encontrar en las operaciones internacionales respecto de las barreras en los procesos de importación que se han referido en este escrito. La selección de las fuentes, las cuales fueron tanto documentales como orales, se realizó a partir de muestreos intencionales a conveniencia y a criterio, lo cual aportó mayor análisis a la investigación, pues permitió una mejor triangulación de los datos en el proceso de investigación y hacer mayor fuerza en los análisis de los hallazgos.

Resultados

Necesidad de importar productos al mercado local

El fenómeno de la globalización ha provocado una dinámica mucho más activa en el comercio internacional. Actualmente los países a través de sus empresas tienen la elección de valorar distintas posibilidades y lograr las mejores opciones en una negociación bilateral. Para el caso de este artículo, será lo relativo a la identificación de las barreras que se pueden presentar en la importación de perfiles de aluminio desde Alemania hacia Colombia, bajo la partida arancelaria 7610100000. Teniendo en cuenta que, según la información encontrada en la base de datos del Sicex –a partir de las empresas Colombianas que gestionaron importaciones durante los años 2012 a 2014 desde Alemania bajo el arancel que cubre estas mercancías–, varias empresas locales han realizado la importación de este mismo producto solamente en una ocasión (Sicex, 2014).

Actualmente los empresarios Pymes están encontrando en nuevos mercados la diversificación de su portafolio y con ello una mayor competitividad en el negocio local para la búsqueda de nuevos clientes, con una participación que les permite generar resultados económicos para la empresa.

Es importante identificar los tratados de libre comercio vigentes que tienen los países involucrados en la negociación, en este caso el TLC entre Colombia y la Unión Europea. Esto se hace importante al momento de tomar una decisión en cualquiera de las dos vías, tanto el importador con respecto a la penetración de un nuevo producto en el mercado local, como el exportador con la venta de productos para un mercado externo, ya que es desde el momento de la negociación donde se precisan los aspectos legales y condiciones en las que se producirán los movimientos de las mercancías, en suma, los parámetros que pueden definir facilidades o barreras en los procesos de importación.

Con la puesta en marcha del tratado de libre comercio con la Unión Europea – firmado el 26 de junio de 2012 en Bruselas–, por parte de Colombia y Perú, y luego de seis años de negociaciones, entra en vigor como un acuerdo que, según estimaciones del Gobierno, contribuirá en 0,46 puntos porcentuales con el PIB colombiano y mantendrá a los europeos como los segundos socios comerciales más importantes del país después de Estados Unidos. Alemania, por su parte, cierra el podio de los socios comerciales más importantes de Colombia en el Viejo Continente con 2.608 millones de dólares.

Las Pymes, en su interés de ser más activas en el mercado mundial, buscan tener un conocimiento amplio del proceso que deberá cumplir su producto o servicio para lograr altos estándares de calidad en su cadena de abastecimiento, teniendo en cuenta las diferentes normativas y barreras que pueden presentarse y se necesitan conocer para construir un enfoque estratégico y competitivo en la implementación de nuevas sinergias. El reto para las Pymes es desarrollar mecanismos con buenas prácticas y un alto direccionamiento en su nivel de servicio, efectuando importaciones que brinden un volumen razonable en sus ventas a futuro y enfrentando las barreras que puedan afectar el plan, pero que se solucionan mediante la incorporación de un adecuado sistema logístico que implementa la productividad de la empresa.

Por otro lado, Del Arenal (2015), plantea que las transacciones comerciales cuando tienen por objeto una actividad rentable, tienden a expandirse y a sobrepasar las fronteras internacionales con variables motivacionales o de control. Las cadenas de suministro son cada vez más eficientes en la intención de aminorar grandes distancias, por eso es indispensable para el caso del comercio internacional en el intercambio de mercancías o servicios conocer qué medios pueden conectar a un país con otro, así como los pro y contra que se generan en estos movimientos y la factibilidad de entrega y cumplimiento para los tiempos que se acuerdan, según su ubicación geográfica y las condiciones de cada uno.

Cadenas de abastecimiento óptimas: una herramienta para la eficiencia de las empresas actuales

Según los datos encontrados, las empresas en Colombia realizan la importación de este producto a través de diferentes agencias de aduana, vía marítima en su mayoría, entrando por el puerto de la ciudad de Cartagena y otro porcentaje significativo en vía aérea, llegando a la ciudad de Bogotá (Sicex, 2014). En este proceso se lleva a cabo los siguientes pasos:

En primer lugar, la empresa local hace el contacto directamente con la empresa productora, posteriormente contrata los servicios de una agencia de aduana para el proceso de importación de los perfiles en aluminio, luego este intermediario genera un código de importación que se envía a la empresa exportadora en Alemania para iniciar así el envío de la mercancía; en segundo lugar, después de definirse los términos de la negociación, el exportador envía una factura proforma a la empresa en Colombia para proceder a hacer el pago (traslado internacional), al éste efectuarse y ser confirmado por la empresa exportadora, se inicia el despacho de la mercancía; finalmente, en tercer lugar, el agente de aduana se encarga de los trámites para el movimiento del producto desde Alemania hacia Colombia, la mercancía ingresa y se nacionaliza cumpliendo con los debidos requisitos. Luego de la liberación, la misma agencia aduanera se encarga del transporte interno para hacer llegar el producto a la ciudad que indica el comprador (Delgado, 2015).

Tabla 1

Requisitos para importar a Colombia

Proceso	Actividad
Ubicación de la sub-partida arancelaria	Para localizar la sub-partida arancelaria de su producto, tiene dos opciones: a través del arancel de aduanas y/o con la ayuda informal que le brinda el Centro de Información. (Es importante aclarar que la DIAN es el único ente autorizado para determinar la clasificación arancelaria, según el Decreto 2685/99, Art. 236 y la Resolución 4240/00 Art. 154 al 157 de la DIAN – División de Arancel. Costo: Medio Salario Mínimo Legal Mensual). v
Registro como importador	Para importar en Colombia se debe pertenecer al Régimen Común, para ello debe estar inscrito en Cámara de Comercio y tener Registro Único Tributario-RUT, el cual se constituye como el único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN. Para adelantar actividades de importación se debe tramitar el registro especificando esta actividad (casilla 54 y 55), en Bogotá calle 75 # 15-43 (Personas naturales) o en la carrera 6 # 15-32 (Personas jurídicas).

Proceso	Actividad
Estudio de mercado	Realice un estudio de mercado y de factibilidad económica de la importación, analizando entre otros aspectos: precio del producto en el mercado internacional, costos de transporte internacional, costos de nacionalización y demás gastos a que hubiere lugar.
Identificación del producto	Verifique la sub-partida arancelaria del producto a importar para saber los tributos aduaneros (gravamen arancelario e impuesto sobre las ventas, IVA) y demás requisitos para su importación. Consulte el Arancel de Aduanas para verificar si el producto a importar está sujeto a vistos buenos e inscripciones previas ante entidades como ICA, INVIMA, Ministerio de Minas, Ministerio de Ambiente-ANLA, Ministerio de Transporte, Ministerio de Agricultura, Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, Superintendencia de Industria y Comercio, Agencia Nacional Minera, AUNAP, entre otras. En caso de que su producto no esté sujeto a ningún requisito previo, no se requiere la autorización de registro de importación.
Trámite ante el MinCIT (en caso de requerirse registro de importación)	Este procedimiento se hace únicamente por medio electrónico en www.vuce.gov.co. Para importación de bienes cuyo valor sea mayor a USD1.000: Se debe adquirir certificado o firma digital ante www.certicamara.com y/o www.gse.com.co, luego entrar a www.vuce.gov.co, Registro de usuarios para obtener el usuario y contraseña. Ingresar a www.vuce.gov.co en el enlace Ayuda / Importaciones y allí descargar los programas y manuales de uso. Diligenciar el Registro de Importación en línea en www.vuce.gov.co, ingresando por el módulo de Importaciones. Se debe realizar el correspondiente pago vía electrónica. El valor del Registro de Importación por cada 1800 caracteres es de \$30.000. Para importación de bienes cuyo valor sea menor a USD1.000: Inscripción en el grupo operativo, Calle 28 # 13 A 15, local 3, con certificado de Cámara de Comercio y RUT. Firma de Condiciones de uso en el grupo operativo. A través de correo electrónico se asigna un usuario y una contraseña. Elaboración del registro de importación a través del sistema VUCE, en www.vuce.gov.co. Pago de registro de importación electrónica.

Proceso	Actividad
Procedimiento cambiario en las importaciones	Régimen cambiario establece la obligación de canalizar el pago a través de los intermediarios del mercado cambiario autorizados por la ley (bancos comerciales, corporaciones financieras, etc.). El importador debe girar al exterior las divisas correspondientes al pago de la importación, previo el diligenciamiento del formulario DECLARACIÓN DE CAMBIO N.1.
Otros trámites	Verifique los términos de negociación internacional (INCOTERMS) y si le corresponde pagar el valor del transporte internacional, contrate la empresa transportadora con la que se definirán dichos costos para el traslado de la mercancía hasta el puerto colombiano que más convenga y a la cual se podrá dar indicación sobre el Depósito de Aduanas, en el que se desea que se almacene la mercancía mientras se nacionaliza.

Elaboración propia de acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2015).

Proceso de nacionalización

Una vez se encuentre la mercancía en Colombia en el depósito aduanero, se recomienda solicitar autorización para realizar una pre-inspección con anterioridad a la presentación de la declaración de importación y demás documentos. Todo esto cuando surjan dudas acerca de la descripción, números de serie o identificación o cantidad.

Si el valor de la importación es igual o superior a USD5.000, se debe diligenciar la Declaración Andina del Valor en Aduana. Este es un documento soporte de la declaración de importación, el cual determina el valor en aduanas (base para el pago de los tributos aduaneros) de las mercancías objeto de importación y especifica los gastos causados en dicha operación.

La liquidación de tributos aduaneros (Gravamen Arancelario e IVA), se hace a través de la declaración de importación, el pago de estos impuestos se realiza ante los intermediarios financieros, en las aduanas en donde opera el Sistema Informático Siglo XXI. Los formularios se hacen por medio electrónico.

Según el Estatuto Aduanero (Decreto 2685/99), podrán actuar directamente ante la DIAN:

- Las personas jurídicas que realicen importaciones que individualmente no superen el valor FOB de mil dólares americanos (USD1.000), quienes actuarán de manera personal y directa a través de su representante legal o apoderado.
- Las personas naturales que realicen importaciones que individualmente no superen el valor FOB de mil dólares americanos (USD1.000), quienes deberán actuar de manera personal y directa.
- Los viajeros en los despachos de sus equipajes. **Tenga en cuenta:** Cuando se trate de importaciones cuyos montos sean superiores a mil dólares americanos (USD1.000), se debe contratar los servicios de una agencia de aduanas, para que realice este proceso.
- Para el levante o retiro de la mercancía, una vez cancelados los tributos aduaneros, debe dirigirse al Depósito Habilitado de Aduanas donde se encuentre la mercancía y presentar los siguientes documentos, los cuales serán revisados por un funcionario de la Aduana respectiva, y que deberán conservarse por un término de cinco años como mínimo:
 - a. Factura comercial.
 - b. Lista de empaque.
 - c. Registro o licencia de importación, si se requiere.
 - d. Certificado de origen (según el producto y el origen).
 - e. Declaración de importación.
 - f. Documento de transporte (guía aérea – conocimiento de embarque).
 - g. Declaración Andina del Valor en Aduana, si se requiere.
 - h. Otros certificados o vistos buenos, si se requieren.

El sistema informático aduanero determina si podrá efectuarse levante automático o si se requiere inspección física de la mercancía. En el primer caso, podrá retirar la mercancía una vez sea autorizado por el Depósito o Funcionario Aduanero. En el segundo caso el inspector de la DIAN verificará la concordancia de lo declarado en los documentos con la mercancía para la cual se solicita autorización de levante.

Para dar una idea más clara del proceso de captura de información, se muestra la Tabla 2, en la cual se expresa la configuración de los representantes de las empresas que importan bajo la posición arancelaria 7610100000 entre los años 2012 y 2014.

Tabla 2

Representantes de empresas que importan (Alemania-Colombia) bajo la posición arancelaria 7610100000 entre los años 2012 y 2014

Empresas Colombianas	Representantes	Cargo
Invercor y CIA en CS	Rodrigo Antonio Correa	Jefe Dpto. Comercio Exterior
Panoramix Concept	Juan Fernando Moreno	Gerente
Productos, Diseños y Servicios	Federico Hinestroza Isaza	Gerente
Ritta Ltda.	Johana Palomino	Coordinadora Comercial
Soluciones Automáticas	Juanita Montoya	Coordinadora Comercial

Sicex (2014).

En la Tabla 2 se muestran las agencias de aduanas y empresarios a los cuales fue posible realizarles la entrevista con el propósito de identificar los ítems a considerar en la importación de los productos establecidos dentro de la partida arancelaria en mención.

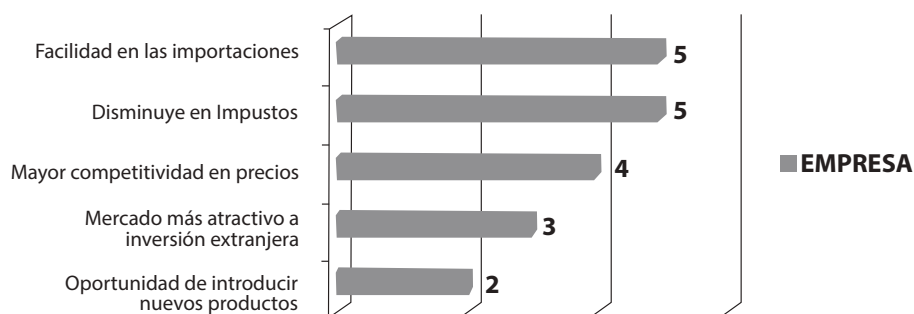


Figura 1. Resultados de entrevistas a las empresas importadoras sobre los beneficios en el acuerdo comercial entre Colombia y la Unión Europea.

Elaboración propia.

Las empresas colombianas manifiestan su agrado con respecto a la firma de este acuerdo destacando como mejor beneficio la disminución de impuestos y la posibilidad de introducir en el mercado no solo productos terminados, sino también materia prima y tecnología, conservando así como fuente generadora de empleo, en contraprestación, la importación de productos y la mano de obra colombiana.

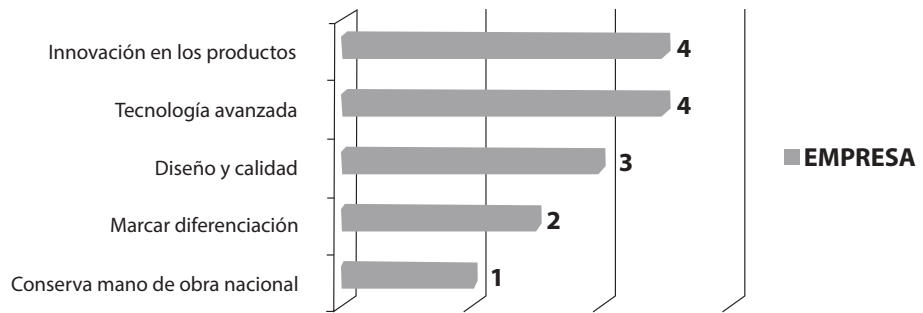


Figura 2. Resultados de las entrevistas a las empresas importadoras sobre las ventajas competitivas en los productos importados desde Alemania hacia Colombia.

Elaboración propia.

Como lo muestra la Figura 2, las empresas consideran que aunque la competencia es amplia en el mercado local, los productos importados son la oportunidad de marcar la diferencia en cuanto a innovación. Consideran que estos productos compiten, no tanto por precio como en calidad y tecnología.

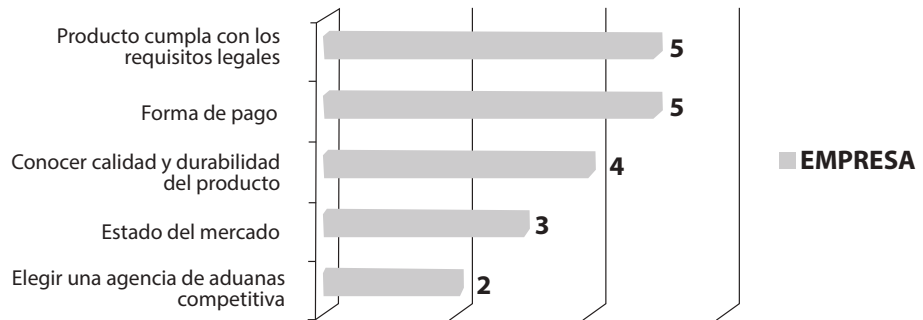


Figura 3. Resultados de las entrevistas a las empresas importadoras sobre los requisitos a importar desde Alemania hacia Colombia.

Elaboración propia.

Conocer los requisitos tanto técnicos como legale, fundamenta la información de las empresas para la toma de desiciones. Acorde a la Figura 3, contactar una buena agencia de aduanas para las organizaciones es un factor determinante ya que como intermediarios cumplen un papel protagónico en el proceso.

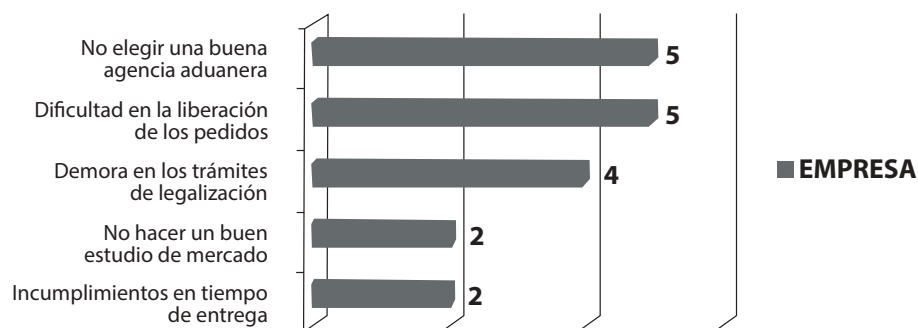


Figura 4. Resultados de las entrevistas a las empresas importadoras sobre los principales errores al importar desde Alemania hacia Colombia.

Elaboración propia.

En el desarrollo de las importaciones se experimentan diversas situaciones que según los empresarios se focalizan en las funciones administrativas de las agencias de aduanas, pues es allí, según ellos y como se muestra en la Figura 4, donde se generan los mayores inconvenientes en estos trámites, por eso recalcan la importancia de contactar una agencia de aduanas competitiva con una buena trayectoria que certifique su experiencia.

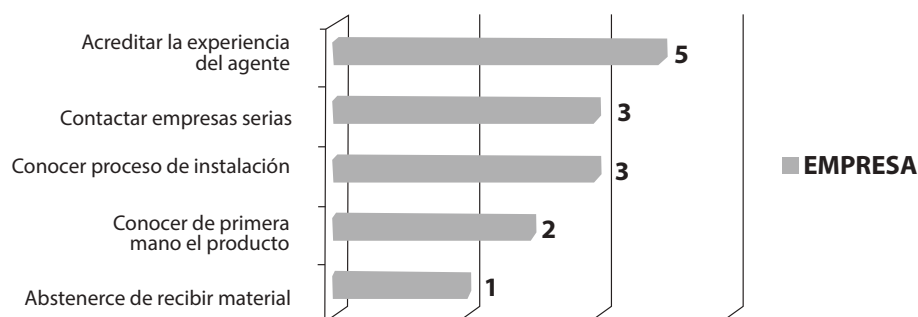


Figura 5. Resultados de las entrevistas a las empresas importadoras sobre las recomendaciones al importar desde Alemania hacia Colombia.

Elaboración propia.

Según la percepción de los empresarios, una ventaja para crear relaciones con el país europeo es la cultura alemana. Ellos sienten que son empresas sólidas y serias con las que se puede negociar sin temor, también insisten en que es fundamental para cualquier proceso de intercambio de mercancías con otro país elegir la mejor agencia de aduana con el fin de agilizar y favorecer los trámites de envío. Además, como se evidencia en la Figura 5, tener la posibilidad de conocer las empresas donde se fabrican los productos y conocer de ellos desde ese momento genera en sus ventas y en la relación con sus clientes finales un valor agregado.

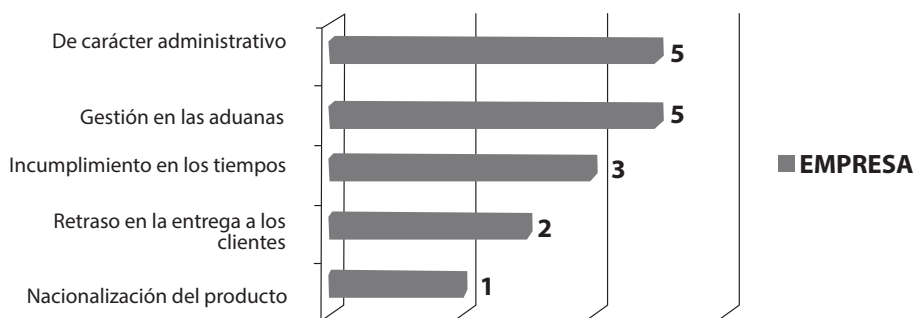


Figura 6. Resultados de las entrevistas a las empresas importadoras agencias de aduanas sobre las barreras en las importaciones desde Alemania hacia Colombia.

Elaboración propia.

Los representantes de las empresas exponen, como se observa en la Figura 6, que las principales barreras de importación se presentan internamente en Colombia. Esas barreras corresponden principalmente a los procesos de intermediación de las aduanas, pues ellos argumentan que los contactos con las empresas en Alemania se dan de manera fácil y los acuerdos de pago se generan comodamente, por lo que tomar la decisión depende generalmente de la capacidad económica de la empresa, punto que los tratados favorece debido a la baja de impuestos que logra un precio más competitivo en el mercado interno. Concretamente, las dificultades se presentan cuando los productos ya están en Colombia, con la liberación de los mismos en los puertos, porque si no hay un buen agente aduanero se generan problemas en las entregas y la comunicación se hace difícil.

En las economías emergentes o en vías de desarrollo como Colombia, las pequeñas y medianas empresas (Pymes) son las más importantes en el desarrollo de la economía nacional por la creación de puestos de trabajo,

desarrollo sostenible y dinamismo. Para las Pymes es importante dinamizar su portafolio para no desaparecer del mercado. Apoyados en las posiciones de Santi (2014) y Naranjo (2015) se considera que la tecnología ayuda a las Pymes a sostenerse en el mercado y competir de forma innovadora. Además, en cuanto a los impedimentos o barreras, como sostiene Coppelli (2014) para este caso, se evidencia que los trámites, el desconocimiento operativo y la falta de una gestión precisa son las dificultades que se presentan para importar el producto tratado.

Respecto a las condiciones competitivas, también se hace importante que las agencias de aduanas tengan la capacidad de indagar con suficiencia para la importación de productos nuevos, y de esta manera preparar al país para competir y tener relaciones equitativas con las grandes potencias e influir en una mejor calidad de vida (Lavado, 2014).

Por último, en comparación con los demás países de la U.E, Alemania es el más representativo en la relación comercial respecto a Colombia, según lo expresado por Cemelín (2014). La tecnología, equipos y maquinaria alemanes son altamente competitivos y demandados por las empresas colombianas para la transformación de productos, lo cual se hace necesaria la cualificación de profesionales en el área y la gestión empresarial para tener buenas relaciones con los alemanes.

A través del análisis de las entrevistas a los representantes de las empresas en Colombia, se puede concluir que es de vital importancia distinguir los requisitos que acarrea cada proceso de importación desde cualquier país, en este caso desde Alemania hacia Colombia para conocer la necesidad del mercado, la viabilidad del producto y la solidez que puede generar la comercialización de éste en el mercado local.

Así mismo, se deben indicar bajo un riguroso estudio de mercado los pasos para realizar una importación desde Alemania hacia Colombia con el propósito de identificar la viabilidad económica, disponibilidad financiera y los procesos cambiarios que se pueden generar en términos de negociación y formas de pago.

Conclusiones

Basados en los resultados de las entrevistas realizadas a los empresarios en Colombia se puede sugerir que, para garantizar el flujo correcto de una importación desde Alemania hacia Colombia en los perfiles de aluminio, se debe verificar la labor, idoneidad y experiencia en el mercado de la agencia de

aduanas con la que se llevará a cabo el proceso de importación. Esto permite conocer de los intermediarios el continuo crecimiento y práctica en el manejo de estos procesos, ya que una infraestructura sólida permite estar a la vanguardia en tecnología, comunicaciones, investigación, desarrollo y así brindar una óptima calidad en el servicio.

Las empresas Pymes deben constantemente actualizar sus conocimientos sobre los TLC y acuerdos que a través de la globalización se han venido promoviendo, entenderlos y ahondar en ellos para empezar a beneficiarse de los mismos en pro del crecimiento y la competitividad de sus mercados.

De otro lado, antes de introducir un nuevo producto en el país, los empresarios deben esmerarse en lograr un estudio de mercado que les provea los criterios válidos para la toma de decisiones. De igual forma, las Pymes en Colombia deben prepararse para participar en escenarios comerciales más amplios y competitivos, a esto apunta el crecimiento de las importaciones y exportaciones de este tipo de productos en los últimos años y la gestión de los gobiernos en la creación de nuevos acuerdos bilaterales.

Por último, los empresarios deberían buscar que los agentes aduaneros les garanticen en cada importación un respaldo jurídico que genere tranquilidad y confianza al cliente con respecto a las contribuciones y restricciones arancelarias que requiere el producto de interés, a fin de cumplir con los estamentos legales.

Referencias

- Blanco, A. y Naya, J. (2004). Integración económica, barreras no arancelarias y bienestar social. *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, 814, 91-96.
- Celemín, R. (09 de septiembre de 2014). Industria alemana a la caza de nuevas oportunidades en Colombia. Recuperado de www.legiscomex.com/BancoConocimiento/C/colombia-alemania-actualizacion-legiscomex/colombia-alemania-actualizacion-legiscomex.asp?CodSeccion=205
- Dinero. (13 de febrero de 2013). Colombia, a la conquista del mercado mundial. Recuperado de <http://www.dinero.com/economia/articulo/colombia-conquista-del-mercado-mundial/169344>
- Del Arenal, C. (2015). Mundialización, creciente interdependencia y globalización en las relaciones internacionales. Recuperado de http://www.ehu.es/cursosderechointernacionalvitoria/ponencias/pdf/2008/2008_4.pdf

- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., y Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. *Revista de la CEPAL*, 59(8), 39-52.
- Estevadeordal, A. y Roberts, C. (2001). Las Américas sin barreras. Negociaciones comerciales de acceso a mercados. BID, 324. Recuperado de <https://publications.iadb.org/handle/11319/258>
- Guisao, É. y Giraldo, L. (2013). Perspectivas comerciales y logísticas hacia Brasil para el empresariado antioqueño. *En-Contexto*, 1, 141-158.
- Lavado, Y. (2014). Estudio de factibilidad para la importación de drywall a través de la empresa Acycon S.A. Recuperado de <http://repository.lasalle.edu.co/handle/10185/4254>
- Mincomercio, Industria y Turismo. (21 de septiembre de 2015). ¿Cómo importar a Colombia? Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/mincomercioexterior/publicaciones.php?id=16268>
- Naranjo, F. (2015). Pymes de Colombia son optimistas con el futuro. Recuperado de <http://www.portafolio.co/negocios/pymes-colombia-son-optimistas-el-futuro>
- Sicex. (2014). Inteligencia de mercados. Recuperado de <http://www.sicex.com/>

Para citar este artículo:

Chaverra, E. (2016). Los procesos de importación en Colombia: Barreras y Retos. Un estudio de caso. *En-Contexto*, 4(5), 139-154.

