

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**



TEMA

**“PLAN DE IMPORTACIÓN DE SISTEMAS HIDRÁULICOS PARA BOMBEO DE AGUA,
FABRICADOS EN CENTRO Y SUR AMÉRICA”.**

GRADUANDOS:

JENY DEL CARMEN GUARDADO GARCIA.
DALIA ESTELA ORTEGA DE ALVARENGA
KAREN STHEFANIE PALACIOS TREJO

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADAS EN MERCADEO INTERNACIONAL.

DOCENTE DIRECTOR:

LICDA. ANA ROSA BONILLA.

TRIBUNAL EXAMINADOR

LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCÍA.
MSC. RONALD EDGARDO GALVEZ.

SAN SALVADOR, JUNIO DE 2016.

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector Interino: Doctor Luis Argueta Antillón

Secretaria: Doctora Ana Leticia Zavaleta de Amaya

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Decano: Lic. Nixon Rogelio Hernández

Vicedecano: Lic. Mario Wilfredo Crespín

Secretario: Ing. José Ciriaco Gutiérrez Contreras

TRIBUNAL CALIFICADOR

Licda. Ana Rosa Bonilla

Lic. Edwin David Arias Mancía

MSc. Ronald Edgardo Gálvez

JUNIO 2016

San Salvador

El Salvador

Centroamérica

AGRADECIMIENTOS.

Primeramente, agradezco grandemente a Dios por haberme guiado e iluminado para seguir adelante, por darme la sabiduría y fortaleza en momentos difíciles y culminar con éxito mis estudios.

Gracias principalmente a mi madre Haydee Guardado, a mi esposo Isidro García, por su gran sacrificio para que yo culminara con mis estudios, gracias que con su inmenso amor siempre supieron apoyarme y comprenderme en momentos difíciles, porque siempre puedo contar con ustedes en las buenas y en las malas, Infinitas gracias por estar junto a mí animándome para echarle ganas en tiempos de desesperación y angustia, este gran logro se los dedico a ustedes.

A mi hija, mi princesa, Michelle García por haber llegado a mi vida y llenarme de muchas alegrías cada día que pasa, con su gran inocencia por el sacrificio y comprensión en momentos de presión de mis estudios. Te amo mi colochita hermosa.

A mi padrastro Carlos Monge por educarme y guiarme por el camino del bien, y por su apoyo durante todo este proceso.

A mis hermanas Lizeth, Beatriz y Yanira, por su ayuda incondicional, por su comprensión en momentos de enojos y frustración en todo este proceso académico, a mi hermana Yanira Monge que desde la distancia siempre estuvo conmigo apoyándome y animándome para seguir adelante. Gracias hermanitas las quiero miles.

A toda mi familia, tíos, tías, primos, primas, a mi cuñado Cristian Guardado que me han acompañado y que de alguna forma u otra han estado conmigo apoyándome durante este proceso.

A mi abuelita Angélica, y Aquileo que sé que desde el cielo me han acompañado y animado siempre en mí camino.

Gracias a mi suegra Emma Galdámez, mi cuñada Deysi García, y sus hijas Yesenia, Emeli y Lucy por su apoyo.

A la Licda. Ana Rosa Bonilla nuestra asesora, por haber confiado en nosotras, por su tiempo, esfuerzo, dedicación, por los conocimientos que me transmitido en mi formación profesional, por todo el apoyo brindado durante el desarrollo de la tesis por siempre motivarnos, y que con su ayuda hemos terminado con éxito nuestra tesis.

También agradezco a Morena, su hermana Sandra y su madre Aracely Velásquez, por todo el apoyo que me brindaron a mí y a mi familia; que sin conocernos nos tomaron un gran cariño brindándome su apoyo incondicional gracias señor por ponerlos en mi camino.

Gracias a mis queridas compañeras y amigas de tesis Karen y Dalia por haber permitido compartir momentos de alegría, tristeza, ansiedad, tensión y enojos a lo largo de toda la carrera y nuestra investigación de tesis, que, aunque existieron momentos de dificultad, siempre los superamos. GRACIAS por darme la oportunidad de compartir esta gran experiencia con ustedes. Esto que solo sea el principio de muchos éxitos que alcanzarán. Felicidades por este gran logro.

Este triunfo no es solo mío sino de todas las personas que formaron parte de él, apoyándome y animándome en todos esos momentos de alegrías y tristezas. GRACIAS, GRACIAS Y GRACIAS...

Jeny del Carmen Guardado García.

En primer lugar, quiero dar gracias a Dios todopoderoso por una bendición más que me ha regalado al haber finalizado mi trabajo de graduación, guiándome, dándome la sabiduría y los recursos necesarios para alcanzar ese logro, a la vez agradecer a nuestra madre santísima Virgen María por su intercesión ante nuestro padre celestial para que este trabajo terminara con los resultados deseados.

Doy gracias también a mis padres Ovidio Ortega y Martina Santos por todo el esfuerzo que realizaron en mi formación personal, así también de brindarme la oportunidad para abrir un camino hacia el éxito de una carrera profesional, GRACIAS PADRES, LOS AMO.

Así también agradezco a mis hermanas Bessie y Kelly por su apoyo incondicional, y el ejemplo que me dieron, para brindarles a mis padres el orgullo de tener a sus tres hijas profesionales, gracias hermanas, las quiero mucho.

Agradezco a mi esposo Lázaro Alvarenga por el apoyo y la confianza que siempre me ha brindado, su amor y todo su apoyo me han ayudado para llegar a la última etapa de mi carrera, y a mi hijo Fernando, mi tesoro, gracias por ser mi inspiración, mi mayor alegría, mi mayor motivación para seguir luchando, y así lograr que él se sienta orgulloso de su mamá, gracias, LOS AMO.

Agradeciendo a mi suegra Alicia Sánchez y mis cuñados Armando y Marvin, por el apoyo que me han brindado en diferentes aspectos, por estar siempre pendientes de mi trabajo de graduación, por los consejos y palabras de motivación.

A mis compañeras y amigas Karen y Jeny, gracias por permitirme llevar a cabo este reto junto a ustedes, vivir tristezas y enojos, que ahora se han convertido en alegría, porque podemos decir “lo logramos”, y deseándoles muchos éxitos de ahora en adelante.

A la Licda. Ana Rosa Bonilla, que fue quien nos asesoró en nuestro trabajo, gracias por el tiempo que nos dedicó, la paciencia y el conocimiento que nos brindó, y finalmente, agradezco a todos los familiares y amigos que han estado pendientes para celebrar este logro, deseándome bendiciones y éxito en mi futuro. INFINITAS GRACIAS.

Dalia Estela Ortega de Alvarenga.

Al terminar esta etapa de mi vida.

Primeramente, dar gracias a Dios y a la Virgencita que son el centro y guía de mi vida por permitirme culminar uno más de mis proyectos, por formarme y hacerme una persona de bien, y por poner a las personas correctas durante el trascurso de este proyecto.

A mi mami que siempre me ha brindado su apoyo incondicional, que a través de sus oraciones, consejos y amor me sostuvieron en esta etapa de mi vida, a mi papá, que confió en mí, que durante todo este proyecto mostró con sus ejemplos el valor que representa un sacrificio y el esmerarse con empeño y sabiduría, que me ha enseñado que siempre es de luchar por lo que se quiere, pero con Dios como el centro de todo.

A mis hermanos Yosabeth y Thomas por preocuparse por mí, por haber estado siempre acompañándome en esta etapa, pero sobre todo por compartir juntos momentos importantes de mi vida.

A De la O García Consultores, por brindarme la oportunidad de desenvolverme laboralmente y facilitarme el tiempo y apoyo de poder coronar mis estudios universitarios.

A las compañeras y amigas de tesis Jeny y Dalia por ser nuestra esta experiencia, que a pesar de las adversidades jamás nos rendimos por ver hecho realidad este proyecto.

A mi asesora de tesis Licda. Ana Rosa Bonilla por su empeño en el desarrollo de esta tesis por ser una guía en este proceso y por sus conocimientos compartidos.

A mis catedráticos que siempre aportaron lo mejor de ellos, sus experiencias en el Mercadeo Internacional y por todos sus conocimientos que serán la clave para nuestra carrera.

A todos y cada uno de mis amigos por hacer de esta etapa la mejor de mi vida, por esos momentos vividos, recuerdos que quedarán para siempre en mi mente y corazón se les quiere.

Karen Sthefanie Palacios Trejo.

INDICE

CAPITULO I

MARCO TEORICO CONCEPTUAL SOBRE COMERCIO INTERNACIONAL, PLAN DE IMPORTACION Y SISTEMAS HIDRAULICOS.

| | |
|---|-----------|
| 1. COMERCIO INTERNACIONAL | 1 |
| 1.1 Definición de Comercio Internacional | 1 |
| 1.2 Importancia del Comercio Internacional | 1 |
| 1.3 Origen de Comercio Internacional..... | 2 |
| 1.4 Ventajas del Comercio Internacional..... | 2 |
| 1.5 Definición de comercio exterior | 4 |
| 1.6 Origen de la Organización Mundial del Comercio (OMC)..... | 4 |
| | |
| 2. GENERALIDADES SOBRE LAS IMPORTACIONES..... | 5 |
| 2.1 Definición de importación..... | 5 |
| 2.2 Tipos de Importación..... | 6 |
| 2.3 Ventajas de las importaciones | 7 |
| 2.4 Importancia de las importaciones..... | 8 |
| 2.5 Orígenes de las importaciones..... | 8 |
| 2.6 Efecto de las importaciones en la Balanza Comercial | 10 |
| | |
| 3. PLAN DE IMPORTACIÓN..... | 11 |
| 3.1 Definición de plan | 11 |
| 3.2 Importancia de un plan..... | 11 |
| 3.3 Requisitos de un plan..... | 12 |
| 3.4 Características de un plan | 12 |
| 3.5 Plan de importación | 13 |
| 3.5.1 Perfil del consumidor | 13 |
| 3.5.2 Definición de producto | 13 |
| 3.5.3 Definición de demanda | 13 |

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 3.5.4 | Definición de competencia | 14 |
| 3.5.5 | Requerimientos para convertirse en importador..... | 14 |
| 3.5.6 | Empresas fabricantes de bombas de agua en Sur América..... | 15 |
| 3.5.7 | Elección de proveedores favorables | 20 |
| 3.5.8 | Cotizaciones con empresas fabricantes | 22 |
| 3.5.9 | Extender orden de pedido..... | 22 |
| 3.5.10 | Trámites aduanales | 22 |
| 3.5.11 | Logística | 23 |
| 3.5.12 | Vías de movilización aduanera | 31 |
| 3.5.13 | Organización empresarial | 33 |
| 3.5.14 | Apoyo mercadológico | 33 |
| 3.5.15 | Análisis financiero para llevar a cabo la importación..... | 33 |
| 4. | SISTEMAS HIDRÁULICOS PARA BOMBEO DE AGUA..... | 35 |
| 4.1 | Definición de hidráulica | 35 |
| 4.2 | Antecedentes de Sistemas Hidráulicos | 35 |
| 4.3 | Principales componentes de un sistema hidráulico | 36 |
| 4.4 | Definición de bombas para agua | 37 |
| 4.5 | Tipos de bombas que se comercializan en El Salvador | 37 |
| 4.6 | Usos de bombas de agua | 38 |
| 4.7 | Antecedentes de bombas hidráulicas | 40 |
| 5. | MARCO LEGAL | 42 |
| 5.1 | Requisitos que debe cumplir un empresario para convertirse en importador | 42 |
| 5.2 | Ley de simplificación aduanera..... | 44 |
| 5.3 | Ley Especial para Sancionar Infracciones Aduaneras | 46 |
| 5.4 | Ley del Registro y Control Especial de Contribuyente al fisco (Ley del NIT) | 47 |
| 5.5 | Ley de Registro de Importadores | 48 |
| 5.6 | Ley de Almacenaje | 48 |

CAPITULO II

A. DIAGNOSTICO E INVESTIGACION DE CAMPO SOBRE LA IMPORTACION DE SISTEMA HIDRAULICOS FABRICADOS EN CENTRO Y SUR AMERICA.

1. INTRODUCCION DEL ESTUDIO 50

1.1 Mercado demandante de sistema de bombeo de agua..... 51

2. SITUACION PROBLEMÁTICA DE IMPORTACIÓN DE SISTEMAS HIDRÁULICOS Y ENUNCIADO DEL PROBLEMA..... 51

2.1 Situación problemática sobre importación 51

2.2 Enunciado del problema 52

3. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER 53

3.1 Poder de negociación de los clientes 53

3.2 Rivalidad entre competidores existentes 53

3.3 Amenaza de entrada de nuevos competidores 54

3.4 Amenaza de posibles productos sustitutos 55

3.5 Poder de negociación de los proveedores 55

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL DIAGNÓSTICO 55

4.1 Conclusiones del diagnóstico 55

4.2 Recomendaciones del diagnóstico 56

B. INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE IMPORTACIÓN DE SISTEMAS HIDRÁULICOS FABRICADOS EN CENTRO Y SUR AMÉRICA 57

1. Objetivos de la investigación 57

2. Hipótesis de la investigación 58

2.1 Matriz de congruencia 59

| | | |
|---|---|-----------|
| 3. | Método de la investigación | 59 |
| 4. | Tipos de investigación | 60 |
| 5. | Unidades de análisis | 60 |
| 6. | Fuentes de investigación | 60 |
| 7. | Población y muestra | 61 |
| C. RECOPIACIÓN DE DATOS | | 62 |
| 1. | Técnicas de investigación | 63 |
| 2. | Instrumento de investigación | 63 |
| 3. | Prueba piloto | 64 |
| 4. | Tratamiento de la investigación | 64 |
| D. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN | | 65 |
| 1. | Análisis e interpretación de los instrumentos | 65 |
| 2. | limitaciones de la Investigación | 97 |
| 3. | Conclusiones y recomendaciones de la investigación de campo | 97 |
| 3.1 | Conclusiones de la investigación de campo | 97 |
| 3.2 | Recomendaciones de la investigación de campo | 98 |
| E. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CAPITULO DOS | | 99 |
| 1. | Conclusiones capitulo dos | 99 |
| 2. | Recomendaciones capitulo dos | 100 |

CAPITULO III

PROPUESTA DE PLAN DE IMPORTACION DE SISTEMAS HIDRAULICOS PARA BOMBEO DE AGUA FABRICADOS EN CENTRO Y SUR AMERICA.

| | | |
|----|----------------------------|------------|
| 1. | GENERALIDADES | 102 |
| 2. | ALCANCE | 103 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 3. | POTENCIAL DEL MERCADO NACIONAL | 103 |
| 3.1 | Perfil del consumidor | 104 |
| 3.2 | Producto | 104 |
| 3.3 | Demanda | 106 |
| 3.4 | Competencia | 108 |
| 4. | REQUERIMIENTOS PARA CONVERTIRSE EN IMPORTADOR | 108 |
| 4.1 | Solicitud de inscripción o actualización de datos para convertirse en importador... | 109 |
| 4.2 | Número de Identificación Tributaria (NIT) de Importador | 109 |
| 4.3 | Documento Único de Identidad (DUI) | 110 |
| 4.4 | Tarjeta de contribuyente del IVA | 111 |
| 4.5 | Inscripción de Balance | 112 |
| 4.6 | Matricula de Comercio | 112 |
| 4.7 | Escritura de Constitución de sociedades | 113 |
| 5. | ANÁLISIS DEL MERCADO INTERNACIONAL | 114 |
| 5.1 | Búsqueda de fabricantes de sistemas de bombeo de agua | 116 |
| 5.1.1 | Países fabricantes de sistemas de bombeo de agua en Sur América | 116 |
| 5.1.2 | Criterios para seleccionar los fabricantes | 122 |
| 5.1.3 | Modelo de cotización con países fabricantes | 125 |
| 5.1.4 | Elección de mercado favorable | 125 |
| 6. | LOGÍSTICA | 129 |
| 6.1 | Asesoría de Agente Aduanal | 129 |
| 6.2 | Medio de Transporte | 129 |
| 6.3 | Cotización de transporte | 131 |
| 6.4 | Tarjeta de contribuyente del IVA | 132 |
| 6.5 | Inscripción de Balance | 132 |
| 6.6 | Matricula de Comercio | 133 |
| 6.7 | Escritura de Constitución de sociedades | 134 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 6.8 | Inscripción de Balance | 135 |
| 6.9 | Volumen de este pedido | 136 |
| 6.10 | Costos directos a considerar en la importación | 136 |
| 7. | ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL | 137 |
| 7.1 | Descripción de la Organización | 138 |
| 8. | APOYO MERCADOLÓGICO | 140 |
| 8.1 | Oportunidad del mercado | 141 |
| 8.2 | Estrategias | 141 |
| 8.3 | Marketing mix | 142 |
| 9. | ESTUDIO FINANCIERO | 143 |
| 9.1 | Proyecciones de venta | 143 |
| 9.2 | Análisis Financiero | 145 |
| 9.3 | Supuestos de Inversión | 148 |
| | CONCLUSIONES | 158 |
| | RECOMENDACIONES | 158 |
| | BIBLIOGRAFIA | 159 |
| | ANEXOS | 162 |
| | Anexo 1: Guía de entrevista Agente Aduanal | 163 |
| | Anexo 2: Cuestionario..... | 164 |
| | Anexo 3: Cuestionario después de la prueba piloto | 169 |

INDICE DE FIGURAS

| | | |
|-----------|---|-----|
| Figura 1 | Balanza comercial de El Salvador resumida | 11 |
| Figura 2 | Aeration Argentina S.A | 15 |
| Figura 3 | Barnes Colombia | 15 |
| Figura 4 | Fabrica de bombas Diana | 16 |
| Figura 5 | ETEC | 16 |
| Figura 6 | Ferrari | 17 |
| Figura 7 | KSB | 17 |
| Figura 8 | VOGT | 18 |
| Figura 9 | Zorzut | 18 |
| Figura 10 | Incoterms | 29 |
| Figura 11 | Elección de Proveedor y país de Origen | 115 |
| Figura 12 | Elección de Proveedor Ferrari | 127 |
| Figura 13 | Partida Arancelaria | 133 |
| Figura 14 | Proceso de Despacho de la Mercadería | 135 |
| Figura 15 | Organización Empresarial | 137 |

INDICE DE CUADROS

| | | |
|-----------|---|----|
| Cuadro 1 | Directorio de Empresas Fabricantes | 19 |
| Cuadro 2 | Criterios para seleccionar un proveedor | 20 |
| Cuadro 3 | Ventajas y desventajas de medios de transporte | 24 |
| Cuadro 4 | Documentación con distintas modalidades de importación | 26 |
| Cuadro 5 | Empresas comercializadoras de bombas de agua | 41 |
| Cuadro 6 | Importación de bombas de agua a El Salvador | 42 |
| Cuadro 7 | Requisitos que debe cumplir el empresario para convertirse en un importador persona natural | 42 |
| Cuadro 8 | Requisitos que debe cumplir el empresario para convertirse en un importador Persona jurídica | 43 |
| Cuadro 9 | Mercado demandante de sistema de bombeo de agua | 51 |
| Cuadro 10 | Matriz de congruencia | 59 |
| Cuadro 11 | Prueba piloto de cuestionario | 64 |
| Cuadro 12 | Guía entrevista Agente Aduanal | 66 |

| | |
|---|-----|
| Cuadro 13 Precios de bombas de agua | 107 |
| Cuadro 14 Cálculo de venta de sistema de bombeo de agua residencial | 107 |
| Cuadro 15 Cuadro de empresas competidoras en El Salvador | 108 |
| Cuadro 16 Solicitud de Inscripción o actualización de datos | 109 |
| Cuadro 17 Número de Identificación Tributaria NIT de importador | 110 |
| Cuadro 18 Documento Único de Identidad DUI | 110 |
| Cuadro 19 Tarjeta de Contribuyente IVA | 111 |
| Cuadro 20 Inscripción de balance | 112 |
| Cuadro 21 Matricula de Comercio Individual | 113 |
| Cuadro 22 Escritura de constitución de la empresa | 114 |
| Cuadro 23 Directorio de Empresas Fabricantes de Sur América | 121 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Respuestas obtenidas con respecto al cargo que ocupa | 71 |
| Tabla 2 Respuestas obtenidas con respecto al rubro de la empresa eedor | 72 |
| Tabla 3 Respuestas obtenidas con respecto al conocimiento de importación..... | 73 |
| Tabla 4 Respuestas obtenidas con respecto a la forma de adquisición de bombas de agua | 74 |
| Tabla 5 Respuestas obtenidas con respecto a la complejidad a la hora de importar | 75 |
| Tabla 6 Respuestas obtenidas con respecto a país de fabricación de las bombas d76 agua | 76 |
| Tabla 7 Respuesta obtenidas con respecto a los beneficios de las bombas de agua ... | 77 |
| Tabla 8 Respuestas obtenidas con respecto a las marcas de sistema de bombas de agua | 78 |
| Tabla 9 Respuestas obtenidas de bombas de agua más vendidas | 79 |
| Tabla 10 Respuestas obtenidas con respecto a las variables a la hora de comprar | 80 |
| Tabla 11 Respuestas obtenidas con respecto a precios de cisternas | 81 |
| Tabla 12 Respuestas obtenidas con respecto a precios achicadoras | 82 |
| Tabla 13 Respuestas obtenidas con respecto a precios bombas para piscina | 83 |
| Tabla 14 Respuestas obtenidas con respecto a precios bombas sumergibles | 84 |
| Tabla 15 Respuestas obtenidas con respecto a quienes son los clientes | 85 |
| Tabla 16 Respuestas obtenidas con respecto a quienes son sus competidores | 86 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 17 Respuestas obtenidas con respecto si conocen de un plan de importación | 87 |
| Tabla 18 Respuestas obtenidas con respecto a motivación de importar | 88 |
| Tabla 19 Respuestas obtenidas con respecto a las ventajas para importar | 89 |
| Tabla 20 Respuestas obtenidas con respecto a la ventaja de mayor incidencia | 90 |
| Tabla 21 Respuestas obtenidas con respecto a los pasos para importar | 91 |
| Tabla 22 Respuestas obtenidas con respecto a los requisitos para importar | 92 |
| Tabla 23 Respuestas obtenidas con respecto a trámites aduanales | 93 |
| Tabla 24 Respuestas obtenidas con respecto de los incoterms | 94 |
| Tabla 25 Respuestas obtenidas con respecto a los impuestos | 95 |
| Tabla 26 Respuestas obtenidas con respecto a los documentos para importar | 96 |
| Tabla 27 Ejemplo de criterios para elegir el mercado favorable | 125 |
| Tabla 28 Elección del mercado favorable | 126 |
| Tabla 29 costo del pedido | 136 |
| Tabla 30 Presupuesto de venta proyectado en unidades año uno | 143 |
| Tabla 31 Presupuesto de venta proyectado en dólares año uno | 143 |
| Tabla 32 Presupuesto de venta proyectado en unidades año 2-3-4 y 5 | 144 |
| Tabla 33 Presupuesto de venta proyectado en dólares año 2-3-4 y 5 | 144 |
| Tabla 34 Presupuesto de venta proyectado para los 5 años | 145 |
| Tabla 35 Presupuesto de costos directos | 145 |
| Tabla 36 Presupuesto de venta al costo | 146 |
| Tabla 37 Presupuesto de planilla de personal | 146 |
| Tabla 38 Presupuesto de costos fijos | 147 |
| Tabla 39 Presupuesto de ventas totales al precio de venta | 147 |
| Tabla 40 Proyección financiera de Inversión | 148 |
| Tabla 41 calculo cuota de préstamo | 148 |
| Tabla 42 Calculo de depreciación | 149 |
| Tabla 43 Tabla de Amortización | 149 |
| Tabla 44 Estado de pérdidas y ganancias proyectado año 1 | 151 |
| Tabla 45 Estado de pérdidas y ganancias proyectado año 2-3-4 y 5 | 152 |
| Tabla 46 Flujo de caja proyectado año 1 | 153 |
| Tabla 47 Flujo de caja proyectado año 2-3-4 y 5 | 153 |
| Tabla 48 Punto de equilibrio operativo | 157 |

INDICE DE GRAFICOS

| | |
|---|----|
| Grafico 1: Cargo que ocupa | 71 |
| Grafico 2: Rubro principal de la empresa | 72 |
| Grafico 3: Conocimiento sobre el proceso de importar | 73 |
| Grafico 4: Forma de adquirir los sistemas de bombeo de agua | 74 |
| Grafico 5: Complejidad a la hora de importar | 75 |
| Grafico 6: País de fabricación los sistemas de bombeo de agua que vende | 76 |
| Grafico 7: Beneficios que brindan los sistemas de bombeo de agua | 77 |
| Grafico 8: Marcas de sistemas de bombeo de agua | 78 |
| Grafico 9: Sistema de bombeo de agua más vendidos | 79 |
| Grafico 10: Variables que inciden a la hora de comprar | 80 |
| Grafico 11: Precios de cisternas | 81 |
| Grafico 12: Precios de achicadoras | 82 |
| Grafico 13: Precios de sistema de bombeo de agua para piscina | 83 |
| Grafico 14: Precios de sistemas de bombeo de agua sumergible | 84 |
| Grafico 15: clientes de sistemas de bombeo de agua | 85 |
| Grafico 16: Quienes son sus competidores | 86 |
| Grafico 17: Conoce acerca de un plan de importación | 87 |
| Grafico 18: Motivación por importar con la ayuda de un plan | 88 |
| Grafico 19: Ventajas para importar | 89 |
| Grafico 20: Ventaja con mayor incidencia para importar | 90 |
| Grafico 21: Pasos para llevar a cabo una importación | 91 |
| Grafico 22: Requisitos para importar | 92 |
| Grafico 23: Trámites Aduanales | 93 |
| Grafico 24: Conocimiento sobre los incoterms | 94 |
| Grafico 25: impuestos | 95 |
| Grafico 26. Documentos para importar | 96 |

RESUMEN EJECUTIVO.

La relación más importante entre los países está sustentada en el comercio internacional, por lo que su actividad origina una fuerza de desarrollo económico; las importaciones permiten a los inversionistas y empresas adquirir productos que en su país no se fabrican, facilita adquirirlos de acuerdo a las características y atributos específicos, a precios bajos y de buena calidad para enfrentar con éxito a la competencia.

La presente investigación plantea el desarrollo de un plan de importación de Sistemas Hidráulicos fabricados en Centro y Sur América que contribuya con información confiable para los inversionistas y empresas ferreteras que deseen incursionar en la comercialización de bombas de agua provenientes de esas regiones, el plan de importación de Sistemas de bombeo de agua procedentes de dichas regiones es una herramienta que brinda los pasos a seguir en el proceso, iniciando desde el momento de inscribirse como importador hasta el despacho de la mercadería, de forma específica para este producto.

El plan se desarrolla en tres capítulos de la siguiente manera:

En el capítulo uno, el marco teórico contiene características del comercio internacional, comercio exterior, principalmente sus ventajas, se exponen generalidades sobre las importaciones, e información relevante sobre el producto a importar, de igual forma un marco legal que es el que regula las diferentes actividades relacionadas a la importación.

En el capítulo dos se desarrolla la metodología de la investigación, tabulación e interpretación de los resultados obtenidos. Además, se describen las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación.

El capítulo tres contiene la propuesta del plan de importación de Sistemas de bombeo de agua que se llevaría a cabo desde Sur América hacia El Salvador, en el cual con la investigación de determino que Brasil, Argentina, Chile y Colombia son los fabricantes de estos productos, se detalla cada paso a seguir en dicha importación, y finalmente, se presenta la bibliografía consultada para el desarrollo del documento y los anexos como soporte de la investigación.

CAPITULO I.

MARCO TEORICO CONCEPTUAL SOBRE COMERCIO INTERNACIONAL, PLAN DE IMPORTACIÓN Y SISTEMAS HIDRAULICOS.

1. COMERCIO INTERNACIONAL.

1.1 Definición de Comercio Internacional.

El comercio internacional es una rama de la economía en la cual los países se desenvuelven, comercializando productos fuera de sus fronteras, además, es una estrategia que las empresas están utilizando para expandirse.

“Es un intercambio de bienes y servicios comerciales de un país residente con socios extranjeros mediante ventas o compras que originan créditos y obligaciones en divisas y relación que implica obligatoriedad nacional e internacional”.¹

Este intercambio se realiza por medio de bloques comerciales o varios países, para satisfacer diferentes necesidades del país que vende, y así generar ingresos para el país que compra, puesto que adquieren productos que no se fabrican en el país.

1.2 Importancia del comercio internacional.

El comercio internacional es importante porque contribuye a aumentar la riqueza de los países y de sus pueblos, por medio de productos que se consumen de todas partes del mundo, el comercio permite además disminuir costos mediante la colocación de compañías multinacionales, que ubican estratégicamente sus productos al menor precio posible, aplicado no solo a la obtención de materias primas, sino también a todas sus áreas comerciales. Además la importancia del comercio internacional se puede medir por el volumen de mercancía exportada, que ha ido creciendo en cantidad absoluta y respecto a la producción doméstica, y por el grado de interdependencia de las economías mundiales.

¹ López Ortiz, M.A. (septiembre 2013), *Comercio Internacional I*. (Cátedra de Comercio Internacional). Escuela de Mercadeo Internacional. Universidad de El Salvador.

Toda la riqueza se mide a través del indicador de la producción de bienes y servicios que un país genera anualmente (PIB). Es por eso que el comercio es un instrumento que permite lograr un objetivo que se puede considerar universal: la mejora de las condiciones de vida y de trabajo de la población mundial que está íntimamente relacionada con la renta económica generada y con su distribución.

1.3 Origen del Comercio Internacional.

El origen del comercio internacional nace con el propósito de adquirir productos de otros países donde sí se fabrican, y su objetivo es satisfacer las necesidades que más demanda la población. A medida el tiempo fue avanzando las naciones se fueron modernizando e introduciéndose más al comercio, de la misma forma las mejoras en el sistema de transporte y los efectos del industrialismo fueron creciendo, a causa de esto, los excedentes de productos fueron mayores facilitando así el intercambio de bienes por otros recursos que no se producen en el país.

1.4 Ventajas del Comercio Internacional.

El comercio Internacional es una fuente de recursos para el empresario, inversionista o comerciante individual, que obtienen ganancias de la compra-venta de bienes y servicios, esto da paso a una mayor flexibilidad de los factores productivos entre distintos países, dejando como resultado ventajas a un nivel macro, entre las que pueden mencionarse:

- Si cada país se especializa en productos en los que tiene mayor eficiencia utilizará mejor sus recursos humanos como no humanos, y así elevará el nivel de vida de sus trabajadores y de todos sus habitantes; es por eso que los gobiernos se interesan en incrementar el volumen de las exportaciones, diversificar los productos y mercados, dentro de las posibilidades que permite la globalización.
- El comercio exterior hace posible que un país obtenga aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente o no sean producidos de manera eficiente en el país, esto puede ser por falta de maquinaria, bienes intermedios o manufactura.

- Hace posible la oferta de productos que se consumen en otros países, en otros mercados, es decir las exportaciones, tal como lo hace El Salvador, país que exporta café, azúcar y productos agrícolas no tradicionales, bienes que, dada su naturaleza geográfica se pueden producir con ciertas ventajas. Específicamente, las exportaciones posibilitan el aumento de divisas, generan empleos, mejoran la utilización de los recursos naturales e incrementan el desarrollo tecnológico.
- Los movimientos de entrada y salida de mercancías dan paso a la balanza en el mercado internacional. Por medio de la balanza de pagos se informa qué tipos de transacciones internacionales han llevado a cabo los residentes de una nación en un periodo dado. Este tipo de información da a conocer la participación de los sectores que aportan al crecimiento económico de El Salvador.
- La dinámica del comercio internacional demanda que se mantenga un monitoreo permanente de los flujos comerciales, con la finalidad de determinar el comportamiento de estos, de manera que se proporcione al gobierno y a los particulares información actualizada que les facilite reaccionar a los requerimientos del mercado global.²

La principal razón del comercio internacional, es aprovechar las ventajas que cada país tiene sobre otro en la producción de un determinado bien o en la prestación de servicios; tanto para el que importa, logrando satisfacer las necesidades con productos que su país no elabora, como para el que exporta, aumentando sus ingresos nacionales tomando en cuenta las leyes y regulaciones de cada uno de ellos.

Cabe mencionar que al desarrollar una logística de comercio internacional no solo se refiere al intercambio de productos y servicios sino también obtener mayores ganancias, por ejemplo, realizando una importación donde su proveedor directo sería el país de origen del producto.

² López, A. (2015) Cámara de Comercio e Industria de El Salvador. , *ventajas del comercio internacional*. Recuperado de: <http://www.camarasal.com/blogs/ventajas-del-comercio-internacional/>

1.5 Definición de Comercio Exterior.

“El comercio exterior es el intercambio de bienes o servicios existente entre dos países, con el propósito que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas. Está regulado por normas, tratados, acuerdos, y convenios internacionales entre los países para simplificar sus procesos y busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional”.³

“La principal característica que presenta el comercio exterior es que el mismo supone el ingreso al país de moneda extranjera, de divisas, que significan para el estado en cuestión, la generación de riquezas, porque el país que exporta sus bienes, servicios o productos y los envía a otro país, que realiza la acción de importación, recibirá a cambio de éstos una suma de dinero que corresponde a la moneda que ostente el país importador.”⁴

El comercio exterior es que se da de forma bilateral, en este solo intervienen dos países que buscan cubrir una demanda, se diferencia del comercio internacional porque en este se comercializa con dos o más países o con bloques comerciales.

1.6 Origen de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

“La Organización Mundial de Comercio (OMC) con sede en Ginebra Suiza es un sistema organizado que impone a todos sus miembros la adhesión a la totalidad de sus Acuerdos, por otra parte, se ocupa de las normas mundiales como su logo lo indica, sus seis arcos simbolizan el comercio mundial y buscan siempre un dinamismo y un comercio abierto. Su principal función es velar porque el comercio se realice de manera fluida, previsible y libre.

³El Salvador, INCEA. Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas, (Junio, 2015) Definición de comercio exterior. Recuperado de: <http://www.comercioyaduanas.com>.

⁴ Definición ABC (2015) Definición de comercio exterior Recuperado de: <http://www.definicionabc.com/economia/comercio-exterior.php>

El trabajo de la OMC proviene de las negociaciones mantenidas en el período 1986-1994, la llamada Ronda Uruguay, y de anteriores negociaciones en el marco del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT). La OMC es actualmente el foro de nuevas negociaciones en el marco del “Programa de Doha para el Desarrollo”, iniciado en 2001.

El propósito primordial del sistema, es contribuir a que el comercio fluya con la mayor libertad posible, sin que se produzcan efectos secundarios no deseables, porque es importante para el desarrollo económico y el bienestar. Además, esto conlleva en parte la eliminación de obstáculos. También requiere asegurarse de que los particulares, las empresas y los gobiernos conozcan cuáles son las normas que rigen el comercio en las distintas partes del mundo, de manera que puedan confiar en que las políticas no experimentarán cambios abruptos. En otras palabras, las normas tienen que ser “transparentes” y previsibles.

Las relaciones comerciales conllevan a menudo intereses contrapuestos. Los acuerdos, incluidos los negociados laboriosamente en el sistema de la OMC, tienen muchas veces que ser interpretados. La forma más armoniosa de resolver estas diferencias es mediante un procedimiento imparcial basado en un fundamento jurídico convenido. Ese es el propósito del sistema de solución de diferencias integrado en los Acuerdos de la OMC”.⁵

2. GENERALIDADES SOBRE LAS IMPORTACIONES.

2.1 Definición de Importación.

“El término importación deriva del significado conceptual de introducir bienes y servicios en el puerto de un país. El comprador de dichos bienes y servicios se conoce como "importador", que tiene su sede en el país de importación, mientras que el vendedor con base en el extranjero se conoce como "exportador"”.⁶

⁵ El Salvador, Organización Mundial de Comercio. (2015), *orígenes de la OMC*. Recuperado de: https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/who_we_are_s.htm.

⁶ EFXTO Comunidad Forex, (2015), *importaciones*. Recuperado de: <https://www.efxto.com/diccionario/i/3841-importaciones>

La importación es la compra de un bien o servicio realizado por un comprador situado en un país determinado a un vendedor ubicado en otro país, existen motivos los cuales llevan a una empresa importar una de ellas para optimizar en términos de precios, calidad los insumos que se requieren para un proceso de producción local, también se importa productos de otros países para vender rentablemente a ciudadanos locales, es decir, a este tipo de importador lo que le interesa es obtener mayores ganancias a través de la necesidades de un producto específico en el mercado.

2.2 Tipos de Importación.

A continuación, se presenta la definición de importación definitiva y las modalidades de importación.

✓ Importación Definitiva.

Es el ingreso de la mercadería a un país determinado cumpliendo con toda la documentación y permisos establecidos por las instituciones competentes. Con este tipo de importación la mercadería es para uso o consumo final en el país de destino.

✓ Modalidades de importación.

• Reimportación de Mercancías Exportadas Definitivamente.

Es el ingreso de la mercadería a un país determinado cumpliendo con toda la documentación y permisos establecidos por las instituciones competentes. Este tipo de mercadería fue exportada anteriormente y regresan al país de donde se inició la exportación.

• Reimportación de Mercancías Exportadas Temporalmente (que regresan en el mismo estado).

Es el ingreso de mercadería a un país determinado cumpliendo con toda la documentación y permisos establecidos por las instituciones competentes. Es la mercadería exportada temporalmente por un plazo autorizado y debe regresar en el mismo estado que fueron enviados.

- **Reimportación de Mercancías Exportadas para Perfeccionamiento Pasivo.**

Es el ingreso de mercadería a un país determinado cumpliendo con toda la documentación y permisos establecidos por las instituciones competentes. Este tipo de mercadería es importada para perfeccionamiento pasivo por un periodo autorizado, por ejemplo, reparación de maquinaria o perfeccionamiento de artesanías, etc.

Los tipos de importación surgen debido a las diferentes necesidades de los importadores y de acuerdo al tipo de producto que se introduce al país importador, según sus requerimientos.

2.3 Ventajas de las importaciones.

Las ventajas son todos esos aspectos favorables de llevar a cabo la importación de un país a otro que incluyen esas variables que hacen que esta actividad de comercio internacional se dé a conocer y los empresarios se vean con más expectativas de emplearlas, entre las ventajas están:

Ventajas:

- ✓ “En países en vías de desarrollo es necesario alcanzar un nivel internacional de calidad, que obliga a mejorar maquinaria, materias primas y procesos, a base de importaciones, necesarias para exportar.
- ✓ En países de costos altos de fabricación, probablemente salga más barato importar que fabricar, convirtiéndose así en revendedores, pasando de fabricantes, a comerciantes.
- ✓ En países con tratados internacionales de libre comercio la reducción paulatina de impuestos de importación hasta llegar a cero, bajará el costo de la compra internacional.”⁷

⁷ Chamorro Maribel. (2015), Ventajas y Desventajas de la Importación. Recuperado de: [blogspot.com,http://ventajasydesventajasdelaimportacion.blogspot.com/](http://ventajasydesventajasdelaimportacion.blogspot.com/)

Las importaciones no solo se realizan para satisfacer el consumo final en aquellos países donde no se fabrican los productos importados, sino que brinda ventajas al importador, introduciendo productos para la fabricación de otros, y así facilitar los procesos de producción.

2.4 Importancia de las importaciones.

Las importaciones permiten adquirir productos que no se producen en el país, esto debido a factores como el clima, la falta de maquinaria, la tecnología, y el no contar con la materia prima necesaria para la elaboración de los bienes, como también la mano de obra calificada para la elaboración de determinados productos; otro de los beneficios de las importaciones es que se obtienen productos nuevos y especializados a los que se tiene en el mercado nacional, además que se obtienen bienes del exterior que en el país se producen en condiciones poco favorables.

2.5 Orígenes de las Importaciones.

Las relaciones comerciales internacionales, específicamente las de compra-venta, conocidas como importaciones y exportaciones nacieron como resultado de la distribución de distintos niveles de recursos naturales disponibles, así como la búsqueda de una mayor eficiencia, es decir, una mayor especialización, incrementa la calidad y cantidad de la producción y disminuyen los costos.

Inicialmente, en las sociedades menos desarrolladas existían formas rudimentarias de comercio, como “el comercio mudo” practicado por algunas tribus primitivas de África, en el cual algunos miembros de las tribus depositaban los objetos que deseaban cambiar y regresaban posteriormente para ver si los miembros de otras tribus, llegaban al mismo lugar a recoger dichos objetos y a su vez depositar otros, de valor proporcionado, como medio de trueque.

Pero tan solo a un nivel relativamente avanzado de la evolución económica, el comercio adquiere su propia fisonomía, distinta por completo de la actividad productiva. El ritmo de desarrollo del comercio con regiones y países lejanos, está estrechamente ligado en la civilización mediterránea con el perfeccionamiento de la navegación. El

establecimiento de corrientes de cambio con el exterior, procedió a la aparición de economías provistas de un eficiente sistema distributivo, en el interior de cada país. Las innovaciones tecnológicas de la época incrementaron las corrientes comerciales internacionales.

Transcurrido el proceso de revolución industrial en Europa, cuando ya se contaba con maquinaria y herramientas que facilitaban el proceso de fabricación de los productos, estos podían fabricarse en serie y en grandes volúmenes, a partir de ese momento, la oferta es mayor que la demanda y se crea lo que se conoce como excedente de producción. Al darse los excedentes, la cantidad de productos que ya no se podían vender en los mercados locales, se buscan mercados nuevos, incrementándose el Comercio Internacional.

Al proceso de la venta de los excedentes de producción en otros países se le dio el nombre de exportación, mientras que, al proceso inverso, es decir, la compra de productos foráneos, que algún momento cruzan las fronteras nacionales, se les conoció como Importación.

La importación como se ha mencionado, se da no solo porque ciertos países tenían un excedente de producción sino también porque los países compradores, carecían de recursos naturales que otros poseían tales como los minerales, también influye en este excedente las condiciones climatológicas, que permiten o no distintos cultivos; la disponibilidad tecnológica para construcción de maquinaria, herramientas, productos químicos, etc.

Castro y Lessa hace las consideraciones siguientes sobre las importaciones de los países no desarrollados:

- a) “La distribución interna de los insumos de procedencia externa y su peso relativo en los sectores importadores revela el grado de dependencia externa de cada tipo de actividad.
- b) La importación en gran escala de artículos acabados (finales) de consumo es una característica de las naciones atrasadas que cambia productos primarios

por artículos manufacturados. Los países no desarrollados, tienen una nula o muy baja capacidad para producir artículos terminados.

- c) La importación de equipos, conjugada con la formación interna de bienes (de capital), viene a formar el monto de bienes destinados a la ampliación de la capacidad productiva de la economía.
- d) En los países no desarrollados que pasan por la fase de la industrialización, esto tiene una gran importancia, sin embargo, vale la pena aclarar que algunos países, aunque alcanzan un mayor grado de industrialización, no dejan de ser subdesarrollados”.⁸

2.6 Efecto de las importaciones en la Balanza Comercial.

En la balanza comercial se estudian las dos cuentas principales que la constituyen estas son: las importaciones y exportaciones, un país siempre contara con la ejecución de estos dos elementos, pero el efecto que resulte de contrarrestar exportaciones con importaciones dará como resultado una balanza comercial positiva o negativa según el dinamismo que estas tengan.

Lo ideal, es que la balanza comercial de un país sea positiva, es decir, que sus exportaciones sean superiores a sus importaciones. Si esta es negativa, significa que se importa más de lo que se exporta, y esa diferencia habrá que financiarla con endeudamiento, haciendo más difícil la realidad económica del país.

La balanza comercial tiene una relación directa con la productividad y competitividad de un país; si un país no produce, no exporta, tendrá que importar lo que necesita y la importación requiere dinero, dinero que difícilmente se consigue si no se produce, sino se exporta, de allí que algunos países arrastren una pesada deuda externa.

⁸ Arbizu Cacéres. J.A, Macías Muñoz, L.G, Martir Escobar, P.M, Rivera Espinoza, JI,(2003), Tesis, *Guía de procedimientos de importación de productos industriales*, (tesis) Universidad Centroamericana José Simeón Cañas. El Salvador

| Balanza Comercial de El Salvador Resumida | | | | | | | |
|---|------------------|---------------|---------|---------------|---------|-------------------|-----------|
| En millones de dolares y millones de kilogramos | | | | | | | |
| AÑO Y PERÍODO | CONCEPTO | EXPORTACIONES | | IMPORTACIONES | | BALANZA COMERCIAL | |
| | | Valor FOB | Volumen | Valor CIF | Volumen | Valor | Volumenes |
| 2012 | | 5339.1 | 2838.8 | 10258.1 | 7574.8 | -4919 | -4736 |
| 2013 | | 5491.1 | 2897.5 | 10772 | 7745.2 | -5280.9 | -4847.8 |
| 2014 | | 5272.7 | 2712.7 | 10512.9 | 7792.4 | -5240.2 | -5079.8 |
| | octubre / 2014 | 424.6 | 176.8 | 901.4 | 616.5 | -476.8 | -439.8 |
| | noviembre / 2014 | 423.1 | 192.9 | 877.1 | 645.8 | -454.0 | -452.9 |
| | diciembre / 2014 | 403.2 | 219.0 | 829.5 | 673.3 | -426.3 | -454.4 |
| | enero / 2015 | 424.4 | 222.9 | 837.1 | 636.6 | -412.7 | -413.7 |
| | febrero / 2015 | 477.8 | 311.8 | 836.9 | 746.6 | -359.1 | -434.8 |
| | marzo / 2015 | 526.0 | 359.1 | 860.2 | 674.6 | -334.2 | -315.5 |

Fuente: Revista de Banco Central de Reserva.

Figura 1

En El Salvador como se puede ver en la (figura 1) de la Balanza Comercial resumida se han tenido saldos negativos desde 2012, esto debido a que las importaciones son mayores que las exportaciones, aumentando así, un déficit comercial año con año, esto debido a que el país no es productor de ciertos bienes y servicios y algunos de los que si produce no son suficientes para cubrir la demanda del país y se ve en la necesidad de traerlos de fuera.

3. PLAN DE IMPORTACIÓN.

3.1 Definición de plan.

Un plan es un modelo o conjunto de variables ordenadas, que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigir y guiar una actividad. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios a seguir en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se usarán para alcanzar los fines propuestos.

3.2 Importancia de un plan.

Un plan es importante porque contribuye a facilitar la comprensión de lo que se busca, y agilizar el proceso de investigación, además contiene los pasos específicos que se deben seguir para lograr lo deseado, es por eso que también es llamado como una guía de búsqueda de información que ayuda a obtener el conocimiento de forma más rápida

y fácil, optimizando tiempo, dinero y esfuerzo. Los planes son muy útiles para describir, explicar o comprender mejor el entorno.

3.3 Requisitos de un plan.

Un plan debe contener lo siguiente:

- Quién. La empresa: persona jurídica que llevara a cabo el proceso de importación.
- Qué. El producto: la mercadería que se importará.
- Dónde y Cuánto: Mercado: el país de destino del producto y la cantidad a importar.
- Decisiones. Aspectos logísticos: el proceso del traslado de la mercadería desde el país de origen hacia el país de destino.
- Con qué y para qué. Aspectos Financieros: el desarrollo del plan requiere del conocimiento del mercado nacional incluyendo aquí la demanda del producto, así como también las oportunidades de crecimiento de este, y además aprovechar el potencial de crecimiento del negocio.

3.4 Características de un plan.

Un buen plan de importación debe ser:

- Sencillo: en un plan los pasos a seguir deben ser claros y lo más concreto posible.
- Realista: se deben colocar los documentos necesarios y los pasos a seguir para realizar una importación con los tiempos reales.
- Congruente: el plan debe contener los pasos ordenados según lo estipulado por las instituciones pertinentes del país.

Todo plan a la hora de diseñarse debe desarrollar cada punto que lo contiene de forma clara y precisa especificando en orden las actividades y tomando en cuenta todos los pormenores que conlleva ejecutar esta actividad.

3.5 Plan de Importación.

Es un documento en el que se plasman los pasos de una forma clara y de fácil comprensión para llevar a cabo una importación, como por ejemplo las instituciones involucradas desde el momento de la inscripción como importador hasta que la mercadería llega a su destino final, además los medios de movilización para transportar la mercadería por vía marítimo, aéreo o terrestre, y también los documentos necesarios para concretar una importación, todo esto con el objetivo de facilitar toda la logística y trámites que deben realizarse para llevar cabo una importación.

3.5.1 Perfil del consumidor.

El perfil del consumidor es una herramienta que permite reunir características homogéneas de un determinado grupo de clientes con una necesidad insatisfecha detectando oportunidades de negocio en el mercado.

3.5.2 Definición de producto.

En esta variable se describirán los beneficios de los productos, los usos, marcas y variedad de estos en el mercado, con el objetivo de informar y satisfacer a sus clientes y crear su lealtad.

Según Kotler, P. y Armstrong G. "Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Los productos incluyen más que solo bienes tangibles. En una definición amplia, los productos incluyen objetos físicos, servicios, eventos, personas, lugares, organizaciones, ideas o combinación de todos estos".⁹

3.5.3 Definición de demanda.

En este apartado se investigará la frecuencia de compra del producto, las cantidades compradas, y sus clientes potenciales. Ya que la demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para

⁹ Ibid.,p.13

satisfacer sus necesidades o deseos, quienes, además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

La demanda es "el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago".¹⁰

3.5.4 Definición de competencia.

El significado de la palabra "competencia proviene (del latín *competentia*) tiene dos grandes vertientes: por un lado, hace referencia al enfrentamiento o a la contienda que llevan a cabo dos o más sujetos respecto a algo. En el mismo sentido, se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio".¹¹

3.5.5 Requerimientos para convertirse en importador.

En este apartado se detallarán los trámites necesarios para que el comerciante se convierta en importador y de esta manera cumplir con los requisitos impuestos por la ley, además se incluirán los lugares donde realizarlos, su duración y sus costos.

Los documentos necesarios para convertirse en importador son:

- Solicitud de inscripción o actualización de datos.
- Número de Identificación Tributaria. (NIT de importador)
- DUI.
- Tarjeta de contribuyente del IVA.
- Inscripción de balance.
- Matricula de comercio individual.
- Escritura de constitución de la empresa.

¹⁰ Ibid.,p. 13

¹¹ Significado y Concepto, (2015) Definición de competencia. Recuperado de: <http://definicion.de/competencia/>

3.5.6 Empresas fabricantes de bombas de agua en Sur América.

| | |
|--|---------------------------------------|
|  | <p>AERATION ARGENTINA S.A.</p> |
| <p style="text-align: center;">DESCRIPCION.</p> <p>Aeration Argentina S.A., es una empresa dedicada al diseño, construcción, operación y mantenimiento de plantas de tratamiento de aguas, como también a la provisión de equipos vinculados a esos procesos. Más de 15 años en el mercado argentino.</p> <p>El personal directivo de Aeration Argentina tiene una larga experiencia en el área del tratamiento de aguas, los más antiguos exceden los 40 años en el tema, y un grupo de profesionales jóvenes, pero ya con una sólida formación y experiencia, aseguran la continuidad en la búsqueda de excelencia en el servicio a sus clientes.</p> | |
| <p style="text-align: center;">DIRECCION.</p> <p style="text-align: center;">Av. Santa Fe 782, Martínez Buenos Aires, Argentina.</p> | |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

Figura: 2.

| | |
|--|---------------------------------------|
|  | <p>BARNES DE COLOMBIA S.A.</p> |
| <p style="text-align: center;">DESCRIPCION.</p> <p>Barnes de Colombia es una empresa fabricante de bombas para agua y sistemas de presión con origen y tecnología estadounidense. Su presencia en Colombia se remonta al año 1961. Actualmente exporta a Centro y Sur América y tiene plantas instaladas en Argentina, México, Panamá y Guatemala. El éxito de Barnes de Colombia en el mercado se basa en su diseño, calidad y respaldo. Cuenta con un equipo de ingenieros y técnicos especializados en el desarrollo y fabricación de sus productos con la más moderna maquinaria que garantiza una excelente calidad.</p> | |
| <p style="text-align: center;">DIRECCION.</p> <p>CeltaTrade Park, Bodegas 86 y 93, Autopista Bogotá Medellín Km 7, Costado Occidental, Antes de Peaje de Siberia.</p> | |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

Figura: 3.

| | |
|---|---|
|  | <p align="center">FABRICA DE BOMBAS DIANA.</p> |
| <p align="center">DESCRIPCION.</p> <p>Partiendo de la base de que las bombas son iguales en todo el mundo, Bombas Diana ha realizado modificaciones acertadas en cuanto a las bombas para poder adaptarlas al funcionamiento de las necesidades del servicio que se presta y las necesidades de los usuarios en Chile.</p> | |
| <p align="center">DIRECCION.</p> <p align="center">Albornoz, Km 4 Vía Mamonal, Cartagena, Chile - Sur América</p> | |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

Figura: 4

| | |
|---|-----------------------------------|
|  | <p align="center">ETEC</p> |
| <p align="center">DESCRIPCION.</p> <p>Innovación técnica en la fabricación de bombas de gran capacidad, destina todos sus esfuerzos para asegurar la eficiencia y el apropiado manejo de grandes volúmenes de agua desde finales de 1980, permitiendo a su vez una presencia fuerte en otros sectores, tales como, control de inundaciones en áreas urbanas y agrícolas, distritos de riego, acueductos y aplicaciones industriales. Cada bomba fabricada por ETEC S.A. refleja su amplia experiencia en desarrollar soluciones para sistemas de bombeo masivos. Operando bajo las más extremas condiciones, tales como agua salada y en medios corrosivos.</p> | |
| <p align="center">DIRECCION.</p> <p align="center">Albornoz, Km 4 Vía Mamonal, Cartagena, Colombia - Sur América</p> | |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

Figura: 5

| | |
|---|--|
|  | <p style="text-align: center;">FERRARI, Da vida a sus ideas!</p> |
| <p style="text-align: center;">DESCRIPCION.</p> <p>Desde su creación en 1958, Ferrari ha ofrecido mucho más que herramientas y equipos para la gente, su compromiso es siempre el mismo: el rendimiento, la calidad, y la seguridad debido a que al evaluar la mejor compra, usted sabe la diferencia del trabajo con marcas de tradición y confianza - Caracol, Ferrari, Rexon, sea cual sea el tamaño de su proyecto puede contar con Ferrari.</p> <p style="text-align: center;">Estamos aquí para construir el futuro con usted!</p> | |
| <p style="text-align: center;">DIRECCION.</p> <p>Granja Viana- Cotia- Sau Paulo-SP Ao Lado do RODOANEL, FAX (11)2105-7500 www.ferrarinet.com.br</p> | |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

Figura: 6

| | |
|---|--|
|  | <p style="text-align: center;">KSB Compañía Sudamericana de Bombas S.A.</p> |
| <p style="text-align: center;">DESCRIPCION.</p> <p>KSB AG, empresa Brasil líder mundial en la fabricación de Bombas y Válvulas, está presente en Brasil desde los años 40. KSB comenzó a desarrollar sus actividades en Brasil a partir del año 1941, actualmente es la compañía líder en el país con presencia en todos los segmentos. Con más de 60 años de experiencia en Brasil, KSB es una de las empresas con mayor desarrollo tecnológico del mercado, que posee la más amplia línea de bombas centrífugas y válvulas. KSB Compañía Sudamericana de Bombas S.A. es especialista en bombas, válvulas y sistemas.</p> | |
| <p style="text-align: center;">DIRECCION.</p> <p style="text-align: center;">Audi Jacob Street, 690 - Vila Izaura, Itapira – SP – Brasil.</p> | |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

Figura: 7.

| | |
|---|-------------|
|  | VOGT |
| <p style="text-align: center;">DESCRIPCION.</p> <p>Líder en la fabricación y comercialización de quipos de bombeo para áreas industriales como: minería, industria de procesos y construcción.</p> <p>El compromiso de VOGT es entregar soluciones inteligentes a los requerimientos del mercado garantizando a los clientes resultados óptimos acordes a sus necesidades.</p> <p>Vogt S.A. se funda en 1954, como una empresa dedicada a la fabricación de Bombas, con gran éxito en el rubro agrícola.</p> | |
| <p style="text-align: center;">DIRECCION.</p> <p style="text-align: center;">Casa Matriz, Santiago de Chile. Alvarez de Toledo N°669, San Miguel.</p> <p style="text-align: center;">Tel: +56228291200</p> <p style="text-align: center;">Pag. Web: www.vogt.cl</p> <p style="text-align: center;">Correo: vogt@vogt.cl</p> | |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

Figura: 8.

| | |
|--|---------------|
|  | ZORZUT |
| <p style="text-align: center;">DESCRIPCION.</p> <p>ZORZUT industrias S.A. trabaja produciendo alta tecnología en productos de fundición. Año a año ha ido creciendo, incorporando nuevas técnicas y creando respuestas versátiles para un mercado cada vez más exigente. Entre sus instalaciones cuenta con una planta de fundición propia, equipada con sistema de moldeo automático que garantiza la excelencia del producto final. En definitiva, ZORZUT industrias es una empresa que se desarrolla a diario para brindarle al mercado de productos de alto rendimiento, confiables, definitivamente óptimos.</p> | |
| <p style="text-align: center;">DIRECCION.</p> <p style="text-align: center;">Chubut 3045 – (1824), Lanus Oeste – Buenos Aires.</p> | |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

Figura: 9.

Directorio de empresas fabricantes de bombas de agua de Sur América.

Cuadro 1.

| EMPRESA | PAIS | CONTACTO |
|---|-----------|---|
| Aeration Industries Argentina S.A. | ARGENTINA | AV.Santa Fe 782, Martinez, Buenos Aires, Argentina. Tel: +54 11 4742-9559 Pag Web: www.eration.com.ar Correo: aeration@eration.com.ar |
| BARNES DE COLOMBIA S.A. | Colombia | Bodegas 86 y 93 Autopista Bogota medellin km 7 costado Occidental Antes de peaje de Siberia. Tel (+57-1) 743 9090 Fax (+57-1) 742 6825 Pag Web www.barnes.com.co correo |
| DOLZ ARGENTINA | ARGENTINA | Ciudadela Provincia de Buenos Aires. Tel +54 1144882849 Pag Web: www.idolz.com.ar Correo: inf@idolz.com.ar |
| Engineering solutions for water management | colombia | Albornoz, km 4 via Mamonal, Cartagena, Colombia-Sur America Tel. 688-9300 Pag. Web www.etecsa.com Correo info@etecsa.com |
| FABRICA DE BOMBAS DIANA, INDUSTRIA MECANICA. | CHILE | Padre orellana 1179 - Santiago Chile Tel 02-447 1010 Fax 02-247 3046 Pag Web www.bombasdiana.cl Correo: arone@bombasdiana.cl y ventas@bombasdiana.cl |
| FERRARI | BRASIL | FERRARI, Rodovia Raposo Tavares, 21042-km 21 Granja Viana-Cotia Sau Paulo-SP Ao lado do RODOANEL Fone/fax (11) 2105-7500 |
| IMBIL, Solucoes em Bombeamento | BRASIL | Audi Jacobo Street, 690-Vila Izaura Itapira- SP - Brasil. Tel 3843 9809 Pag Web www.imbil.com.br Correo export@imbil.com.br |
| KSB Companhia Sudamericana de Bombas S.A. | BRASIL | Audi Jacob Street, 690 - Vila Izaura, Itapira - SP - Brasil. Tel +54 11 4766 3021/-3121/ -3121 Fax +54 11 476-5449 Pag Web www.ksb.com |
| VOGT S.A. | CHILE | Casa Matriz, Santiago de Chile. Alvarez de Toledo N°669, San Miguel. Tel: +56228291200 Pag. Web: www.vogt.cl Correo: vogt@vogt.cl |
| ZORZUT Fabricante & Exportador de Bombas de Agua. | Argentina | Chubut 3045(1824) Lanus Oeste- Buenos Aires Tel 4262-0450/7552/6956 Pag.web zorzutindustrias.com correo zorzut@infovia.com.ar |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

3.5.7 Elección de proveedores favorables.

La elección del proveedor es de las etapas que más asusta a un importador porque debe existir confianza que este cumple con las expectativas de poder abastecer su mercado.

Un proveedor es: “Es la persona que surte a otras empresas con existencias necesarias para el desarrollo de la actividad. Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta. Estas existencias adquiridas están dirigidas directamente a la actividad o negocio principal de la empresa que compra esos elementos.”¹²

La organización debe estar seguro a quien convertirá en su proveedor y a pesar que la distancia de donde provienen los productos es un elemento que lo hace difícil pero no imposible, se debe analizar bien el perfil de la empresa que suministrará la mercadería, se debe evaluar criterios cualitativos como cuantitativos, es decir comparar condiciones que cada proveedor refleja y tomar la decisión de manera más fácil para elegir el idóneo, en este caso de una importación, el país que es más favorable para el abastecimiento de los productos.

Criterios a tomar en cuenta para la elección de proveedores:

Cuadro 2.

| CRITERIOS PARA SELECCIONAR UN PROVEEDOR | |
|---|-------------------------|
| Criterios Cualitativos | Criterios Cuantitativos |
| Idioma | Precio |
| Distancia | Capacidad de producción |
| Logística | Tipo de cambio |
| Calidad | Pago |
| Tamaño | Rappel |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

¹² Fundamentos de marketing <http://fundamentos-del-marketing.blogspot.com/2012/08/proveedores-e-intermediarios.html>

Criterios cualitativos:

- **Idioma:** es una de las barreras que las personas encargadas de hacer negociaciones con los proveedores deben superar, se entiende que el segundo idioma que más se habla en el mundo es el inglés y los importadores deben hablarlo para poder hacer negocios más exitosos con los vendedores.
- **Distancia:** la distancia que existe entre los países en cuanto a su ubicación geográfica será muy importante evaluar ya que de eso depende los gastos de transporte.
- **Logística:** en este criterio se evaluarán los tiempos que lleva traer el producto desde su país de origen hasta el de destino tomando en cuenta la ubicación.
- **Calidad:** al evaluar la calidad del producto se debe valorar aspectos como: los materiales o componentes del producto, según sus características, atributos durabilidad, etc.
- **Tamaño:** el tamaño es importante porque si es grande tendrá mayor eficiencia y seguridad de abastecimiento, pero quizás un menor poder de negociación para la empresa importadora.

Criterios cuantitativos.

- **Precio:** se debe seleccionar precios competitivos, considerando precio justo y de acuerdo a la calidad y marca del producto además solicitar al proveedor descuentos de precio por compra al por mayor.
- **Capacidad de producción:** aquí se evalúan cuanto producen las empresas elegidas y esto dará la pauta para saber si es conveniente cerrar tratos con un solo proveedor o elegir varios para lograr satisfacer la necesidad de demanda.
- **Tipo de pago:** puede ser al contado o al crédito según la política que tenga esta empresa o el acuerdo al que llegue el comprador y el vendedor.

- **Rappel:** se refiere a los descuentos que las empresas pueden realizar según el volumen de compra.

3.5.8 Cotizaciones con empresa fabricantes.

Una cotización no es más que una petición que realiza la empresa que necesita ser abastecida a otra que se convertirá en su posible proveedor, en esta la empresa debe tratar aspectos como: los costos del producto, especificaciones, marcas, formas de pago, entrega, etc.

Toda cotización deberá incluir además de dichos aspectos:

- Nombre y datos del solicitante.
- Nombre de la empresa a la que se le solicita cotización.
- Datos del producto.
- Unidades.
- Formas de pago.
- Tiempo de entrega.

3.5.9 Extender orden de pedidos.

Después de haber realizado cotizaciones de los productos que se necesitan con diferentes proveedores para abastecer el mercado se realiza la orden de pedido u orden de compra, como son mejor conocidos, esta debe incluir un original y un duplicado, original para el comprador y duplicado para el vendedor, estas son de suma importancia ya que aquí es donde queda constancia de lo que el comprador solicito y con esto el vendedor prepara el pedido para dar curso a la facturación.

3.5.10 Trámites aduanales.

Los trámites aduanales son todos los requisitos necesarios que se realizan en aduana para el transporte de mercadería de un país a otro.

3.5.11 Logística.

La logística internacional es una serie de actividades de traslado de mercadería, con el fin de lograr la planificación y gestión de todas las operaciones encaminadas a lograr el flujo óptimo de abastecimiento, colocando una cantidad determinada de productos en el lugar y en el momento que se necesite a un mínimo costo y tiempo, para lo cual se requiere una coordinación de todas las partes involucradas, y de muchas actividades que controlan y rodean el transporte considerándolo como fundamental en la gestión logística.

Ello implica un manejo de gestión que involucra la administración de almacenes, de inventario o stock, transporte y distribución de las mercancías en un tiempo previsto y a un costo previamente determinado, a efecto de lograr la mayor eficiencia en dicha operación.

Dentro la logística los aspectos que se toman en cuenta para la importación de un producto son:

✓ **Asesoría a través de agente aduanal.**

Se solicitará asesoría de un experto en el tema, para facilitar el proceso de importación por medio de un “**agente aduanal** que es la persona física que tiene las facultades para realizar el despacho de mercancías para la exportación e importación”¹³.

✓ **Medios de transporte.**

El transporte internacional es la operación de tránsito aduanero mediante el cual se efectúa el envío de mercancías de un país a otro, y que son sometidos a varias actividades materiales y legales (controles aduaneros).

Existen tres tipos de medios de transporte los cuales son más utilizados debido a que son rápidos, seguros y directos estos son:

¹³INCEA, Instituto Nacional de Comercio y Aduanas, Definición de agente aduanero(2015)Recuperado de: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/aduanas>

- **Aéreo:** El transporte aéreo es el servicio de trasladar de un lugar a otro, pasajeros o cargamento, mediante la utilización de aeronaves, con fin lucrativo.
 - **Marítimo:** El transporte marítimo es la acción de llevar personas (pasajeros) o cosas (cargas sólidas o líquidas) por mar de un punto geográfico a otro a bordo de un buque con un fin lucrativo.
 - **Terrestre:** El transporte terrestre es el medio de transporte que se realiza sobre o en la corteza terrestre. La mayoría de los transportes terrestres se realizan sobre ruedas y se puede transportar tanto personas como carga¹⁴.
- ✓ **Ventajas y desventajas de medios de transporte.**¹⁵

Cuadro 3.

| TRANSPORTE | VENTAJAS | DESVENTAJAS |
|-------------------|------------------|--------------------------------------|
| Aéreo. | Rápido. | Costos altos |
| Marítimo. | Costos bajos. | Lento. |
| Terrestre. | Puerta a puerta. | Corre más riesgo de robo o accidente |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

- ✓ **Cotizar transporte internacional.**

Las cotizaciones de transporte incluyen todos los posibles costos y recargos que se obtienen al movilizar la mercadería del punto de origen al punto de destino usando los diferentes medios de transporte, y dependerá, del tipo de producto a importar, de la

¹⁴ Cisneros Cruz, L.A. (2011) "Importación de bisutería desde Hong Kong –china hacia quito – ecuador vía aérea bajo régimen 10"(tesis), escuela de ciencias tecnológicas "Héroes del Cenefa" Ecuador.

¹⁵ Ibid., p. 25

distancia, la cantidad, el tiempo requerido para el traslado y el más importante el tipo de transporte que se utilizará; así será el precio de éste.

✓ **Elección de la agencia de carga.**

Para la elección de la agencia de carga que trasladara el producto desde el país exportador hasta el país importador se hará una cotización con varias agencias y la que tenga mejor experiencia, tarifas y servicios para traer el producto en el menor tiempo posible, será la elegida.

✓ **Documentación.**

El importador podrá realizar su trámite por cualquiera de las modalidades siguientes:

- **Teledespacho**, esta modalidad implica que el importador debe transmitir la información acerca de la mercancía a importar, por medios electrónicos, esto debe realizarlo a la Aduana habilitada para tal efecto, en el caso de la Declaración de Mercancías, deberá presentar dos ejemplares en original.
- **Declaración de oficio**, en este caso el interesado deberá presentar al Administrador de Aduana, un escrito solicitando el registro de la respectiva declaración.

Esta modalidad será aplicada a los siguientes trámites: Franquicias; Diplomáticas, Presidenciales y Legislativas. Importación definitiva de vehículos en las aduanas autorizadas. En el caso de la aplicación de las declaraciones de mercancías elaboradas de oficio, queda libre la facultad del importador de utilizar los servicios de un Agente Aduanero.¹⁶

Independientemente de las modalidades antes mencionadas se deberá anexar la siguiente documentación, que es muy importante para llevar a cabo un proceso de importación ordenado, ver (cuadro 4).

¹⁶ Ministerio de hacienda, (2015), guía aduanera, Recuperado de:
http://www.mh.gob.sv/portal/page/portal/PMH/Servicios/Descargas/Manuales/Guia_Aduanera_actualizada_ESPANOL.pdf

Cuadro 4.

| No | Documentación | Descripción | Institución de apoyo |
|----|--|--|--------------------------------|
| 1 | Factura comercial | Es un documento comercial de compra venta donde cada una de las partes (comprador-vendedor) fija las condiciones de venta. Este sirve como comprobante a la hora de la importación en el país de destino. | Empresas comerciantes. |
| 2 | Lista de contenido (en el supuesto de que la expedición esté compuesta por más de un bulto). | Este documento completa la información que contiene la factura comercial. | Emitido por el exportador. |
| 3 | La carta de porte | Aquí se describe la mercadería que se transporta a un país determinado, específicamente por vía terrestre. | Transportista de mercancía. |
| 4 | Conocimiento de embarque | es una constancia de embarque de la mercadería, y es usado en el transporte marítimo y aéreo, este debe contener toda la información necesaria del importador como del exportador además de la descripción de la mercadería que se esa transportando | Agente de carga internacional. |

| | | | |
|---|-----------------------|--|----------------------------|
| 5 | Manifiesto de Carga | Documento en el cual se detalla la mercadería que ha sido cargada después de cumplir todos los permisos necesarios y según el medio de transporte en que debe salir de la aduana. | El transportista de carga. |
| 6 | Certificado de origen | Documento que es entregado por las cámaras de comercio o los organismos competentes del país exportador, y sirve para confirmar que la mercadería que se transporta es de la nación que se menciona. | Cámara de comercio. |
| 7 | Certificado de Pesos | Este certificado sirva para hacer constar el peso neto y bruto de la mercadería que se está importando. | |

Fuente: Aporte del grupo de investigación.

✓ **Transporte interno – aduana – empresa.**

Una vez realizado todo el proceso necesario para poder retirar la mercadería, se contratará un flete interno para poder movilizar la mercadería importada desde las bodegas de la aduana hasta la empresa.

✓ **Pago de aranceles.**

Un arancel es el tributo que se aplica a los bienes que son objeto de importación.

Hay 3 tipos de aranceles:

- *Ad valorem*: un arancel que se impone en términos de porcentaje sobre el valor de la mercancía. Por ejemplo, 5% de arancel, significa que el arancel de importación es 5% del valor de la mercancía en cuestión.
- Específicos: arancel que se impone en términos de cargas o cobros monetarios específicos por unidad o cantidad de mercancía importada.
- Mixtos: un arancel que combina aranceles *ad valorem* y específicos.

✓ **Incoterms.**

Son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compra venta internacional. Los INCOTERMS también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del INCOTERMS influye sobre el costo del contrato.¹⁷

La finalidad de los INCOTERMS es establecer un conjunto de reglas internacionales uniformes para la interpretación de los términos más utilizados en el comercio internacional, con objeto de evitar en lo posible las incertidumbres derivadas de dichos términos en países diferentes. El propósito de los INCOTERMS es el de proveer un grupo de reglas internacionales, documentos, trámites jurídicos exteriores para la interpretación de los términos más usados en el Comercio Internacional.

- **Clasificaciones de los INCOTERMS.**

Los INCOTERMS contienen un total de 11 posiciones o tipos de contratos diferentes y se clasifican en dos grupos: grupo de llegada, y grupo de salida. Estructurados a partir de su letra inicial representando así la abreviatura del término comercial en cuestión.

¹⁷ Alvarenga, K, Cortez, R, Rosales, J. (2009) *Términos internacionales de comercio y su relación en los contratos de compraventa para importar o internar mercancías a el salvador que apliquen al sector ferretero del área metropolitana de san salvador.* (Tesis).Universidad de El Salvador. El Salvador.

A continuación, en la (figura 10) se presenta un listado que contiene los tipos de INCOTERMS clasificados en sus grupos respectivos.

| INCOTERMS clasificados en sus grupos respectivos | |
|---|---|
| GRUPO DE LLEGADA | GRUPO DE SALIDA. |
| GRUPO D: DAP: "Delivered At Place" ("Entregado en el punto ") DAT: "Delivered Ex Quay" ("Entregado en muelle ") DDP: Delivered Duty Paid ("entregado derechos pagados, lugar de destino convenido") | GRUPO E: |
| | EXW: "Ex Works" ("En fabrica) |
| | GRUPO F: |
| | FCA: "Free Carrier" ("Franco transportista. |
| | FAS: "Free AlongsideShip" (Franco al costado del buque") |
| | FOB: "Free On Board" ("Franco a bordo) |
| | GRUPO C: |
| | CFR: "Cost and Freight" ("Costo y flete" |
| | CIF: Freight ("Costo seguro y flete") |
| | CPT: "Carriage paid to ("transporte pagado hasta...) CIP: Carriage insurance paid to ("transporte y seguro pagados hasta |

Fuente: Aporte del grupo de investigación.

Figura 10.

✓ **Proceso de despacho.**

- **Selectividad de la mercadería.** Es un proceso de revisión y análisis que involucra documentación y mercancías, con el objetivo de constatar que la información que contienen estos documentos sea veraz y concuerde con la revisión física realizada por un encargado aduanero autorizado.
- **Selectividad Verde (Levante Automático):** La Aduana verifica y valida la información de los documentos contra lo registrado, Si coincide toda la documentación con lo registrado en la dirección general de aduanas le procede

a un levante automático y la mercancía es trasladada a las bodegas del importador.

- **Selectividad Amarilla (Análisis o Revisión Documenta).**

En este proceso la mercancía la persona encargada aduanera realiza una revisión exhaustiva de la declaración de mercancía y otra documentación de soporte. Si todo está correcto se procede a levante de la mercancía.

- **Selectividad Roja (Verificación Inmediata o Revisión Física).**

En este proceso se hace una revisión física de la mercancía importada con el objetivo de demostrar que lo que está declarado en la documentación es lo mismo que refleja la revisión física a fin de comprobar el cumplimiento de la legislación aduanera. Si todo está correcto se procede al levante de la mercancía.

Caso contrario se hace uso de sanciones a través de la Ley Especial para Sancionar Infracciones Aduaneras y la Ley de Simplificación Aduanera.

- ✓ **Recepción de la mercadería.**

La recepción de las mercancías es por supuesto un paso imprescindible pero no está exenta de peligros si hay dudas sobre el proveedor. La mercancía entregada puede presentar riesgos potenciales y al aceptarlos se asume al mismo tiempo parte de responsabilidad legal.¹⁸

Es el proceso de validación de cantidades, referencias y estado físico de los productos importados para luego proceder a realizar el inventario de lo que llego, aquí es donde se recolecta toda la mercadería solicitada a los proveedores y se hace su debida revisión. La empresa no debe aceptar productos si esta no cumple con los requisitos establecidos en el contrato de compra venta ya sea de cantidad o calidad.

¹⁸ Martínez, V. (2014) recepción de mercancías. Recuperado de: <http://vanesamartinez.blogspot.com/2011/10/recepcion-de-mercancias-definicion.html>

3.5.12 Vías de movilización aduanera.

Tipos de Aduana.

“Es importante mencionar que el territorio aduanero se divide en dos zonas denominadas como Zona Primaria y Zona Secundaria”.¹⁹

“La zona primaria está constituida por toda área habilitada por la Dirección General de Aduanas donde se presten o se realicen servicios u operaciones aduaneras, temporal o permanentemente, y comprende las respectivas oficinas, patios, zonas de depósitos, almacenes, pistas de aterrizaje y en general todos los lugares donde los vehículos o medios de transporte realizan operaciones inmediatas y conexas con la carga y descarga y en donde las mercancías que no hayan sido objeto de desaduanaje quedan depositadas.

La parte restante del territorio aduanero constituye zona secundaria o de libre circulación, temporal o permanente, en donde la Dirección General realizará las funciones de vigilancia y control aduanero”.²⁰

El término de “aduanas” es utilizado para designar las dependencias gubernamentales que intervienen en el tráfico internacional de las mercaderías sometidas a los diferentes regímenes aduaneros. También se define como el “servicio gubernamental responsable de la valuación y cobranza de los derechos e impuestos por importaciones, exportaciones y de la aplicación de otras leyes y reglamentos relacionados con la importación, tránsito y exportación de bienes”.²¹

Las aduanas son todas aquellas oficinas públicas que ejercen el control aduanero sobre la entrada y salida del país de las mercancías objeto del comercio internacional. Dentro de esta institución lo que buscan es ejercer el control del comercio exterior a través del

¹⁹ Art. 13 Ley Orgánica de la Dirección General de Aduanas

²⁰Cruz, C, Hernández, López, S. (2010). *tratamiento aduanal, tributario y contable de las operaciones derivadas de los diferentes regímenes aduaneros aplicables en el salvador*, (Tesis). Universidad de El Salvador. El Salvador.

²¹Artículo 4 Código Aduanero Único Centroamericano IV.

registro de las importaciones y exportación de mercancías que se llevan a cabo en el país, asegurando el control de la recaudación tributaria a la que las mercancías son sometidas, como también desarrollar los respectivos controles sanitarios, o de contrabando que se puedan dar, y de esta forma sancionar aquellas actividades que se señalen como infracciones aduaneras.

La importancia que tienen las aduanas radica en que es el punto de servicio principal que facilita al usuario, el inicio y/o finalización de un tránsito internacional o interno, importaciones, exportaciones, y otros tratamientos aplicables a las mercaderías sujetas a control de aduana (régimenes especiales) y por supuesto el pago de impuestos correspondientes, además son las únicas rutas legales o vías autorizadas para el ingreso, salida o tránsito de mercancías, y atendiendo a la zona de jurisdicción, las funciones a desempeñar y la situación geográfica nacional se pueden clasificar en:

Terrestre: son los lugares habilitados por la legislación aduanera nacional, por donde transitan y se registran las mercancías provenientes de un país a otro, sus oficinas están ubicadas en diferentes zonas de la línea fronteriza a un país vecino o en el interior del país y se accede por la vía terrestre, entre las que se conocen como aduanas terrestres de frontera, en El Salvador se encuentran:

- Aduana Terrestre Anguiatu.
- Aduana Terrestre El Amatillo.
- Aduana Terrestre El Poy.
- Aduana Terrestre La Hachadura.
- Aduana Terrestre Las Chinamas.
- Aduana Terrestre San Cristóbal.

Marítimas: son las aduanas que están situadas en diferentes puertos del país y ayudan a agilizar y controlar las operaciones de embarque y desembarque de las mercancías que entran y salen del país por la vía marítima, en El Salvador existen dos y estas son:

- Aduana Marítima Acajutla.
- Aduana Marítima La Unión.

Aérea: son los aeropuertos y es por este medio que se transporta la mercancía, dependiendo el tipo de producto y el lugar de origen, siendo aquí donde se lleva a cabo el control de los productos que entran como de los que salen del país, en El Salvador se encuentran:

- Aduana Aérea Comalapa.
- Aduana Aérea Ilopango.

Internas: son aquellas Aduanas en las cuales se controlan las mercancías dentro del territorio nacional pero no están ubicadas en la Frontera estas son:

- Aduana Fardos Postales.
- Aduana Santa Ana.
- Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones (Banco Central de Reserva).
- Aduana San Bartolo (San Salvador).

3.5.13 Organización empresarial.

Aquí se detallará el personal que estará vinculado directamente con la empresa donde se comercializará el producto importado. Además, se presentará un organigrama donde se describirán los cargos a desempeñar por cada uno de los colaboradores.

3.5.14 Apoyo mercadológico.

En este punto se presentarán las oportunidades que tiene este producto dentro del mercado y así como también diversas estrategias que la empresa podrá utilizar para dar a conocer el producto.

3.5.15 Análisis financiero para llevar a cabo la importación.

Es todo un conjunto de técnicas que permiten tomar decisiones orientadas al cumplimiento de los objetivos de la empresa y con las cuales se pueden llegar a conclusiones sobre si es factible llevar a cabo un proyecto de inversión, como lo es importar.

También se puede resaltar que este tipo de análisis ayuda a planear estrategias para mejorar el futuro de la empresa es decir evaluar esas variables que representan mayor dificultad, y estudiarla de qué forma poder resolver o evitarlas para un resultado positivo.

Dentro de un análisis financiero existen indicadores que ayudan al análisis del mismo dentro de están:

- **Valor actual neto (VAN):** Es uno de los métodos más conocidos para evaluar proyectos, consiste en determinar el valor actual de los flujos de caja que se esperan en el transcurso de la inversión tanto de los flujos positivos como de las salidas de capital, donde estas se representan con signo negativo mediante su descuento a una tasa de interés o coste de capital adecuado al valor temporal del dinero y al riesgo de la inversión.
- **Tasa Interna de Retorno (TIR):** este es un indicador muy importante ya que este refleja la viabilidad económica del proyecto que pretende implementarse para la importación.
- **Inversión:** se considera inversión cuando el destino no se considera un gasto sino, algo que retornará ganancias.
- **Estado de pérdidas y ganancias:** este es un documento que refleja el resumen de resultado financiero de las operaciones de la empresa durante un periodo determinado. En este se reflejan los ingresos, los costos tanto fijos como variables y los gastos, para al final determinar la utilidad operativa.
- **Proyecciones anuales de venta:** las proyecciones anuales son las que representan las ventas, los ingresos que la empresa obtendrá de un bien específico, esto puede servir de margen para conocer la cantidad de producto que se mueve y esto se obtendrá de la demanda que se tenga de este producto.

- **Punto de equilibrio:** este tipo de análisis es muy importante, ya que aquí refleja las cantidades mínimas de producto a vender o ingresos contra los costos y gastos, es decir, hasta donde una empresa puede vender y no pierde o hasta donde una empresa puede vender y generar utilidades.

4. SISTEMAS HIDRÁULICOS PARA BOMBEO DE AGUA.

4.1 Definición de hidráulica.

La hidráulica se puede definir como un medio para transmitir energía empujada por líquidos que están retenidos en un lugar para llevarlos a otro. El componente de entrada del sistema es una bomba y el de salida es un actuador que funciona de acuerdo a la presión del líquido, que con la fuerza que se aplica en un punto se transmite a otro punto en forma de fluido.

4.2 Antecedentes de Sistemas Hidráulicos.

La ingeniería Hidráulica es tan antigua como la civilización misma. Esto es evidente si se piensa en la lucha del hombre por la supervivencia, que lo obligó a aprender a utilizar y controlar el agua. Por esto, las civilizaciones antiguas se desarrollaron en las proximidades de los grandes ríos y basaron su economía en la agricultura. Paulatinamente fueron utilizando el riego en sus formas primitivas.

La palabra "Hidráulica" proviene del griego "hydor" que significa "agua". Hoy el término hidráulica se emplea para referirse a la transmisión y control de fuerzas y movimientos por medio de líquidos, es decir, se utilizan los líquidos para la transmisión de energía, en la mayoría de los casos se trata de aceites minerales, pero también pueden emplearse otros fluidos, como líquidos sintéticos, agua o una emulsión agua-aceite.

En el siglo XVI se desarrollaron los principios de la hidráulica con científicos como Kepler y Torricelli, - alrededor del año 1800 Newton, Bernoulli y Euler perfeccionaron dichas teorías. El primer modelo físico hidráulico fue construido en el año 1795 por el ingeniero Luís Jerónimo Fargue sobre un tramo del Río Garona. En el año 1885, Reynolds construyó un modelo del río Mersey, cerca de Liverpool. Él anotó que la

relación existente entre la fuerza de la inercia y la fuerza de fricción interna era de gran importancia para el diseño de los modelos hidráulicos. Hoy en día, esta relación se denomina número de Reynolds, parámetro adimensional muy significativo en los modelos hidráulicos actuales.

El arquitecto naval William Froude, en 1870, indicó la importancia de tal relación de la fuerza de inercia y de la fuerza de gravedad. En la actualidad ésta relación se denomina número de Froude, parámetro adimensional básico en el análisis de los modelos hidráulicos. El primer laboratorio hidráulico fue fundado en Dresden (Alemania), en 1891, por el Profesor Engels, y después de éste muchos otros aparecieron en casi todos los países del mundo; hoy en día hay más de un centenar.²²

4.3 Principales componentes de un sistema hidráulico:

- **Bomba:** es un dispositivo que contiene un motor, que transporta energía a la corriente del fluido, impulsando líquidos y gases de un lugar a otro, a diferentes velocidades. Este dispositivo absorbe la energía mecánica y la transforma en energía hidráulica.
- **Actuadores:** son máquinas que se utilizan para llevar a cabo actividades físicas, y que generan una fuerza, y son capaces de transformar los diferentes tipos de energías con el propósito de generar un efecto sobre un sistema automatizado.
- **Válvula de seguridad.** es un instrumento que permite o evita el paso de un fluido por medio de un canal, cuando la presión es excesiva, da salida a los líquidos que se transportan por medio de la misma.
- **Filtro:** dispositivo por medio del cual pasa un fluido que a la vez permite la limpieza de impurezas y logra separar las sustancias sólidas de las líquidas.

²² Ingeniería Civil, Proyectos y apuntes teórico-prácticos. <http://www.ingenierocivilinfo.com/2010/02/historia-de-la-hidraulica.html>

- **Motor:** es la parte de una máquina que permite un movimiento, para hacer funcionar al sistema, transformando cierta energía.
- **Depósito:** es un instrumento que tiene como función principal adecuar el fluido, y debe ser capaz de proporcionar ciertas características a ese fluido, así como la temperatura, la limpieza y la presión necesaria.

Los componentes del sistema hidráulico son: la bomba que es la encargada de llevar el líquido de un lugar a otro, los actuadores son los que proporcionan la fuerza necesaria para mover los líquidos, la válvula de seguridad es la que permite la salida de estos cuando la presión del actuador es fuerte, y también están los filtros de las bombas que son los que no permite que entre ningún elemento sólido.

4.4 Definición de bombas para agua.

Las bombas de agua son máquinas de transformación de energía con la que se facilita el movimiento de líquidos en una forma ascendente aumentando su presión y añadiendo energía al sistema hidráulico, y permitiendo solucionar necesidades de suministro de agua en actividades cotidianas como la industria, la agricultura y en el uso doméstico.

4.5 Tipos de bombas que se comercializan en El Salvador.

- Bomba para piscina
- Bomba para cisterna.
- Bomba sumergible.
- Bomba achicadora.
- Bomba para fuente.
- Bomba para barril.

Estos tipos de bombas se utilizan según las necesidades, debido a que cada una tiene sus diferentes características y funciones, en El Salvador las bombas para piscina principalmente se usan en los centros turísticos ya que contribuyen facilitando su mantenimiento, en cuanto a las bombas para cisternas se puede decir que la demanda

se encuentra en su mayoría para el uso en hogares o empresas donde el agua no es accesible las 24 horas del día, de la misma forma cada una de esas bombas con mayor demanda tienen usos diferentes.

4.6 Usos de bombas de agua.

Bombas de agua sumergibles.

Como su propio nombre indica, son una maquinaria que se introduce en el agua y ella sola se ocupa de pasar el agua por los filtros de su interior.

Tipos de bombas agua sumergibles:

- Bombas de agua sumergibles para pozos
- Bombas de agua sumergible para estanque
- Bombas de agua sumergible para peceras
- Bombas de agua sumergible para solares.

Uso de bomba de agua sumergible.

Se le puede dar varias utilidades como son: filtrar el agua para limpiarla, por ejemplo, la de piscina, así como para vaciar un pequeño estanque en el jardín, la piscina o una zona inundada. Estas bombas sumergibles pueden ser totalmente automáticas o tener un sistema de detención manual; las que son automáticas, constan con una especie de flotador que hay que mantener por encima del nivel del agua, y en cuanto calcula que la extracción de la misma ha llegado a cierto límite, detiene el aparato. Por el contrario, las que tienen sistema de detención manual es la propia persona quien tiene que pulsar el botón de detención para que no se siga drenando más el agua.

Bombas achicadoras.

Tipo de bombas achicadoras:

- Bomba achicadora WB20 Honda.

- Bomba achicadora WB30 Honda.
- Bomba achicadora solidos WT30 Honda,
- Bomba achicadora manejo de sólidos.
- Bomba achicadora 6.5 HP - 3 PULG. BBT.
- Bomba achicadora 5.5 HP – 2 PULG.BBT.

Uso de las bombas achicadoras.

Estas se utilizan para:

- Vaciar.
- Lavar cisternas.
- En riegos.
- Pipas.
- Pozos.



Bombas para piscina.

La bomba de piscina es uno de los elementos más importantes del sistema de depuración de cualquier piscina.

Tipos de bombas para piscina:

Bombas de piscina de velocidad variable.

Bombas de piscinas auto-aspirantes y centrífugas.



Uso de las bombas para piscinas.

Se encarga de llevar el agua hasta el filtro y, una vez filtrada, devolverla a la piscina por las boquillas de impulsión.

Elimina las hojas e impurezas más grandes que ésta pueda contener. Además, la bomba de piscina está construida con materiales capaces de aguantar el cloro y elementos químicos.

Bombas para cisternas de agua.



Una cisterna es un depósito subterráneo que se utiliza para recoger y guardar agua de lluvia o procedente de un río o manantial. También se denomina así a los receptáculos usados para contener líquidos, generalmente agua, y a los vehículos que los transportan (camión cisterna, avión cisterna o buque cisterna). En algunos lugares se denomina también tinaco. Su capacidad va desde unos litros a miles de metros cúbicos.

Tipo de bombas para cisternas.

- Bomba para cisterna ½ HP.

4.7 Antecedentes de bombas hidráulicas.

Una bomba hidráulica es aquella máquina que se usa para extraer, elevar o impulsar líquidos y gases de un lugar a otro y convierte energía mecánica en energía fluida o hidráulica, se basa en un tornillo que se hace girar dentro de un cilindro hueco situado sobre un plano inclinado y que permite elevar el agua situada por debajo del eje de giro. Estas han existido desde el año 3000 A.C. Las primeras bombas se hicieron con ruedas de agua y rampas y usaban animales para darles la energía necesaria para mover las ruedas, la primera bomba conocida fue descrita por Arquímedes y se conoce como tornillo de Arquímedes, en el siglo III a. C., aunque este sistema había sido utilizado anteriormente por Senaquerib, rey de Asiria en el siglo VII a. C.

En los últimos años la demanda de las bombas hidráulicas ha crecido, debido a que facilitan la obtención del agua de lugares difíciles de obtener, venciendo diferentes obstáculos para desarrollar diferentes actividades como pozos, piscinas, peceras, etc. Son utilizadas en la agricultura, la industria, o para prestar servicios utilizando este producto.

Las personas utilizan diferentes tipos de bombas para lograr complementar sus actividades, para el mercado salvadoreño, las más demandadas son: las bombas para

cisternas, que se usan para facilitar el acceso del agua y su saneamiento, como alternativa para resolver todos aquellos problemas de abastecimiento y calidad de esta en las viviendas y las bombas achicadoras que son las que se requieren para usos agropecuarios por ejemplo en el riego de cultivos.

Algunas de las empresas donde son comercializados estos tipos de bombas de agua en El Salvador son: ver (cuadro 5)

Empresas comercializadoras de bombas de agua en El Salvador.

Cuadro 5.

| | |
|---|--|
| SAGRISA | ECO PAR S.A DE C.V |
| AGUA Y TECNOLOGIA | POZOS Y BOMBAS S.A DE C.V |
| POWER DRILL | A&A REPUESTOS |
| IRRIPOZOS S.A DE C.V | LIASA S.A DE C.V |
| VIDRI | SERVIAGUA S.A DE C.V |
| HIDRO EQUIPOS S.A DE C.V | HIDROSAGARRA |
| BOMBAS Y CISTERNAS DE CENTRO AMERICA | CISTERNAS PISCNAS Y EQUIPOS DEL ATLANTICO |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

Como se observa en el (cuadro 6) la demanda en El Salvador va en aumento esto gracias a los beneficios que da el uso de este producto y es por eso que más empresas la ofrecen a sus clientes para facilitar trabajos difíciles.

Y teniendo datos de la revista del Banco Central de Reserva (BCR) se puede observar como la importación de estas bombas ha incrementado en los últimos 3 años.

Importación de bombas de agua a El Salvador según revista del Banco Central de Reserva.

Cuadro 6.

| Bombas para líquidos, de aire o de vacío, compresores de aire o de otros gases | | | | | | | |
|--|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|
| 2011 | | 2012 | | 2013 | | 2014 | |
| \$ | Kgs | \$ | kgs. | \$ | Kgs | \$ | Kgs |
| \$21,772 | 1,756 | \$21,930 | 1,758 | \$24,012 | 1,886 | \$26,728 | 1,815 |

Fuente: Revista trimestral del Banco Central de Reserva Enero-marzo 2015.

5. MARCO LEGAL.

5.1 Requisitos que debe cumplir el empresario para convertirse en un importador.

“Según la ley de registro de importadores, todas las personas, ya sean naturales o jurídicas, los organismos, las instituciones, etc., deberán inscribirse en ese registro, siempre y cuando deseen realizar operaciones de ingresar mercancías al territorio nacional, para su comercialización, este trámite deben llevarlo a cabo en el Ministerio de Hacienda”.²³

Personas Naturales.

Los primeros pasos o trámites ver cuadro (7), y muy importantes que deben realizar las personas que se inscriban en el registro de importadores son:

Cuadro 7.

| No | Documentación | Descripción | Institución de apoyo |
|----|---------------|---|-------------------------|
| 1 | NIT | Número de Identificación Tributaria (NIT), actualizado como “importador”. | Ministerio de Hacienda. |

²³ Arbizu, J, Macias, L, Martir, P, Rivera ,J,(2003), *Guía de procedimientos de importación de productos industriales*,(Tesis).Universidad Centroamericana. El Salvador.

| | | | |
|---|--------------------------------------|--|---|
| 2 | Carnet Contribuyente del IVA. | Documento que acredita a una persona con derechos y obligaciones económicas ante el gobierno. | Ministerio de Hacienda. |
| 3 | Matricula de Comerciante Individual. | Es el registro que hace el comerciante ante la Cámara de Comercio y en la cual hace referencia a su información personal, profesional, económica y financiera. | Ejemplo: Infotramites (en El Salvador). |
| 4 | Inscripción de Balance Inicial. | En el balance inicial se registran los activos, pasivos y patrimonios con los que se inicia una empresa. | Ministerio de Hacienda. |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

Siendo el NIT el documento que acredita a la persona como importador y pueda realizar actividades de importación. Estos requerimientos son esenciales para las personas naturales, y no se puede omitir ninguno.

Personas Jurídicas.

Las empresas que deseen realizar actividades de importación (ver cuadro 8) y que se inscriban en esta figura deberán realizar los siguientes trámites:

Cuadro 8.

| No | Documentación | Descripción | Institución de apoyo |
|----|---------------|---|-------------------------|
| 1 | NIT | Número de Identificación Tributaria (NIT), actualizado como "importador". | Ministerio de Hacienda. |

| | | | |
|---|--|---|------------------------------------|
| 2 | Carnet Contribuyente del IVA. | Documento que acredita a una persona con derechos y obligaciones económicas ante el gobierno. | Ministerio de Hacienda. |
| 3 | Constitución e inscripción de la Sociedad. | Procedimiento que se realiza para registrar y hacer constar que una empresa es legal. | Centro Nacional de Registro (CNR). |
| 4 | Inscripción de Balance Inicial. | En el balance inicial se registran los activos, pasivos y patrimonios con los que se inicia una empresa. | Ministerio de Hacienda. |
| 5 | Matricula de Comerciante Social de Empresa y Establecimiento | Inscripción que realiza una empresa en un registro oficial para acreditarse como comerciante y que puede realizar actividades de comercio y es reconocida legalmente. | Centro Nacional de Registro (CNR). |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

Los trámites para las personas jurídicas que deseen incursionar en el proceso de importación son similares a los de las personas naturales, sin embargo, estas cuentan con mayor documentación, y el registro no se hace a una persona natural específica, sino a la sociedad constituida.

5.2 Ley de Simplificación Aduanera.

Art.1 “Los sujetos pasivos y demás usuarios del servicio aduanero podrán transmitir por la vía electrónica, entre otros documentos, declaraciones de mercancías, certificados o certificaciones de origen, manifiesto de carga, conocimientos de embarque y cualquier otro documento requerido para realizar operaciones de comercio exterior conforme a los

requisitos y formalidades establecidos en la legislación aduanera o disposiciones administrativas de carácter general emitidas por la Dirección General.

Art. 2 previo al arribo de mercancías al territorio aduanero nacional, los transportistas ya sean terrestres, marítimos y aéreos, o los agentes de transporte en su caso, están obligados a proporcionar a la aduana de ingreso, mediante transmisión electrónica u otros medios autorizados por la dirección general, la información contenida en el manifiesto general de carga.

En los casos que el importador, no pueda acreditar el valor de la prima de seguro por no haber efectuado la contratación de una póliza para el transporte de carga, el servicio de aduanas, podrá establecer como prima de según, los porcentajes que a continuación se detallan:

- a) Transporte regional terrestre de carga: 1.25% sobre el valor FOB de las mercancías.
- b) Transporte internacional de carga, sin consideración de la modalidad de transporte: 1.5% sobre el valor del FOB de las mercancías.

En los casos en los cuales no se pueda acreditar un valor de flete, por parte del importador, el servicio de aduanas, establecerá el 10% sobre el valor FOB de las mercancías.

Art.4 para efectos de la autodeterminación de las obligaciones aduaneras. El declarante o su representante tendrá derecho a efectuar, de acuerdo al procedimiento que establezca el efecto de la Dirección General, el examen previo de las mercancías, que consiste en el reconocimiento físico de las mismas, previo a su despacho, para determinar sus características generales y los elementos determinantes de las obligaciones tributarias aduaneras y demás requisitos que se requieren para la autorización del régimen u operación aduanera a que serán destinadas.

Art. 6 La declaración para destinar aduaneramente las mercancías, deberá efectuarse mediante transmisión electrónica de la información, conforme a los lineamientos formatos

físicos y electrónicos establecidos por la Dirección General, a través del sistema conocido como Teledespacho, en cual, para averiguar la integridad de los flujos de la información, deberá estar estructurado por procedimiento que aseguren la autenticidad, confidencialidad, integridad y no repudiación de la información transmitida, excepcionalmente, la declaración podrá efectuarse por otros medios legalmente autorizados o por disposiciones administrativas de carácter general dictadas por la dirección general.

Art.11 toda mercancía para ser destinada a un régimen aduanero, deberá estar amparada en una declaración. La declaración de mercancías se considerará aceptada cuando se registre en el sistema informático autorizado por la Dirección General. La realización de dicho acto no implica avalar el contenido de la declaración, ni limita las facultades de comprobación, fiscalización y liquidación a posteriori de la autoridad aduanera.

En esta Ley se desarrollan aspectos relacionados con los procesos y acciones que el Estado ha buscado para acelerar, minimizar y simplificar los procedimientos aduaneros permitiendo el despacho de mercancías, mediante la utilización de los sistemas informáticos para el intercambio de información para la autorización de los trámites aduaneros entre las empresas de entrega rápida o Courier y el Servicio de Aduanas de El Salvador. Así mismo, facilita reduce, simplifica y uniformiza los procedimientos de importación, exportación, tránsito y aduanas, en beneficio de las empresas Courier y las administraciones públicas”.²⁴

5.3 Ley Especial para Sancionar Infracciones Aduaneras.

Art. 3 para los efectos de esta ley, las infracciones aduaneras se clasifican en administrativas, tributarias y penales.

Son infracciones administrativas aquellos actos u omisiones previstos en esta ley, que constituyen transgresión o violación de la normativa aduanera o incumplimiento a la

²⁴ Recopilación de Leyes Tributarias (2007). *Código Tributario, Ley del Impuesto Sobre la Renta, Ley del IVA con sus Reglamentos y Concordancias, Leyes conexas* (41 Ed). El salvador. Editorial Jurídica Salvadoreña

normativa establecida en acuerdos, convenios, tratados y otros instrumentos en materia de comercio, sin que pueda ocasionar un perjuicio fiscal.

Son infracciones tributarias aquellos actos u omisiones previstos en esta ley, que constituyen transgresión o violación de la normativa aduanera o incumplimiento a la normativa establecida en acuerdos, convenios, tratados y otros instrumentos en materia de comercio, que puedan ocasionar un ejercicio fiscal, sin que lleguen a tipificarse como delito.

Son infracciones penales las acciones u omisiones dolosas o culposas tipificadas como delito por la presente ley que trasgredan o violan la normativa aduanera o incumplimiento a la normativa establecida en acuerdos, convenios, tratados y otros instrumentos en materia de comercio, que provocan o pueda provocar un perjuicio fiscal o que puedan evitar, eludir, alterar, impedir imposibilitar el efectivo control aduanero o causar daño a los medios utilizados en el ejercicio de dicha función.

Esta ley se crea con el objeto de asegurar el pago de los derechos, impuestos y sanciones pecuniarias que se impongan por infracciones tributarias, la autoridad aduanera deberá retener las mercancías en los depósitos temporales hasta que se efectúe dicho pago. Cuando las mercancías objeto de infracciones tributarias no se encuentren en poder de la Aduana, ésta dispondrá la aprehensión inmediata de las mismas a fin de restituir las a su control.²⁵

5.4 Ley del Registro y control Especial de Contribuyentes al Fisco (Ley del NIT).

Art. 1 Los importadores están obligados a inscribirse en el Sistema de Registro y Control Especial de Contribuyentes al Fisco.

Esta ley hace obligatorio el proceso de inscripción para que una persona puede realizar actividades de importación, y con el cual logra el derecho de no denegar permiso para ingresar mercancía a un determinado país.

²⁵ Ibid., p.40.

5.5 Ley de Registro de Importadores.

Según el art. 1 y 6 de la ley de registro de importadores toda persona natural o jurídica no podrá realizar actividades de importación si no está debidamente inscrita en las instituciones que la ley establece.

5.6 Ley de almacenaje.

Art. 1.- Las mercancías que ingresen a los depósitos temporales administrados por las aduanas de la república, gozaran antes de ser sometidas a despacho aduanero, de los plazos de 5 días hábiles para mercancías en general.

Art 4.- vencidos los plazos de almacenaje libre establecidos en el art. 1 de la presente ley, las mercancías que no se hubieren presentado a despacho causaran las tasas de almacenaje, causaran una tasa diaria en moneda nacional equivalente a cincuenta centavos de dólar por cada cien kilogramos o fracción de peso bruto, dichas tasas se causaran hasta el día en que se presente en debida forma a la aduana la respectiva declaración de mercancías y se liquidaran en dicho documento o en cualquier otro que pueda servir de base para el despacho de las mercancías.

CAPITULO

II

A. DIAGNÓSTICO E INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LA IMPORTACIÓN DE SISTEMA HIDRÁULICOS FABRICADOS EN CENTRO Y SUR AMÉRICA.

1. INTRODUCCION DEL ESTUDIO.

El tema que ocupa esta investigación es “Importación de Sistemas Hidráulicos provenientes de Centro y Sur América”. A efecto de que los lectores de este documento se familiaricen mejor con el tema, se aclara que “un sistema hidráulico es todo un conjunto de elementos mecánicos y eléctricos empleados para trasladar líquidos de diferente viscosidad de un punto A hacia un punto B”. Para realizar este trabajo se requiere de bombas centrífugas.

Y una bomba centrífuga es “una máquina que consiste de un conjunto de paletas rotatorias encerradas dentro de una caja o cárter, o una cubierta o coraza. Se denominan así porque la cota de presión que crean es ampliamente atribuible a la acción centrífuga. Las paletas imparten energía al fluido por la fuerza de esta misma acción. Así, despojada de todos los refinamientos, una bomba centrífuga tiene dos partes principales: (1) Un elemento giratorio, incluyendo un impulsor y una flecha, y (2) un elemento estacionario, compuesto por una cubierta, estoperas y chumaceras”²⁶

Aclarado lo anterior, la investigación se ocupará de diagnosticar acerca de la importación de estas bombas, pues en El Salvador no existe esta industria y además hay una cantidad limitada de empresas que las importan y comercializan; sin embargo, hay una buena cantidad de negocios, como ferreterías y similares, que podrían realizar esta actividad comercial, pero debido a su desconocimiento o complejidad de la actividad de producción o de importación no lo hacen, afectando esto en su crecimiento y en el desarrollo futuro del negocio.

Se pretende entonces, con la creación del plan de importación dotar de un modelo o ejemplo práctico de cómo llevar a cabo esta actividad empresarial que puede generar una notable cantidad de empleos directos y dinamizar un poco la economía nacional.

²⁶ Universidad Nacional Experimental del Táchira (UNET) (2015) Recuperado de: <http://www.unet.edu.ve/~maqflu/doc/LAB-1-95.htm>

1.1 Mercado demandante se sistemas de bombeo de agua.

Cuadro 9.

| ENTIDADES AUTÓNOMAS Y DE GOBIERNO |
|---|
| ANDA |
| Las operadoras descentralizadas proveedoras de agua potable |
| Las asociaciones de desarrollo comunal |
| Las juntas rurales del agua |

Fuente: Aporte del grupo de investigación.

2. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA DE IMPORTACIÓN DE SISTEMAS HIDRÁULICOS Y ENUNCIADO DEL PROBLEMA.

2.1 Situación problemática sobre importación.

Se denomina importación a la “acción comercial que implica y desemboca en la introducción de productos foráneos en un determinado país con la misión de comercializarlos”.²⁷

Básicamente, en la importación, un país le adquiere bienes y productos a otro. Al no poder importar sus materias primas, suministros y materiales, cualquier empresa, podría frenar su producción.

Entonces, la importación lo que hace es trasladar de manera formal y legal productos que se fabrican en otro país y que son demandados para el consumo y el uso del país al que se llevan. Las importaciones, es decir, los productos que se importan, ingresan al país de recepción a través de las fronteras y normalmente están sujetos al pago de cánones que establece el país en cuestión. Asimismo, existen otras tantas condiciones que se imponen para regular esta actividad comercial.

²⁷Definición ABC , Importación (2007) Recuperado de:
(<http://www.definicionabc.com/economia/importacion.php>).

El objetivo primordial que se persigue con la importación es el de poder adquirir o disponer, productos y bienes, que no se producen en un país y sí en otro, o que se consiguen más baratos en otra nación, o son de mejor calidad.

La importación de productos demanda de personal especializado en este campo y no todas las empresas disponen de éstos. Conocer toda la legislación y procedimientos aduanales hace que muchos empresarios no importen sus propios productos, prefieren comprarlos en plaza aun cuando sacrifican sus márgenes de ganancia. Siendo este uno de los principales problemas a la hora de importar. A pesar de que en la actualidad se cuenta con oficinas, tanto gubernamentales como privadas, que ayudan a los empresarios a realizar esta tarea empresarial, muchos no hacen uso de estos recursos para beneficio propio.

Las bombas centrífugas son necesarias para mover agua en cisternas hogareñas, piscinas en hogares y centros de recreación, extracción de agua y su movilización en ciertas industrias, en la zona rural para regadíos de los cultivos y otra cantidad de usos.

Las bombas hidráulicas deben importarse por la simple razón que en El Salvador no son fabricadas y son necesarias para movilizar líquidos, como se mencionó en el párrafo anterior, para fines industriales, agrícolas, de hogar y similares. Este es un tipo de producción especializada que demanda de plantas industriales en las cuales se fundan metales, se empleen moldes, se disponga de máquinas herramientas, se cuente con materias primas apropiadas, recurso humano especializado en metalurgia y otros recursos con los cuales no se cuenta en este país. Se convierte este, en el segundo gran problema al momento de querer comercializar estos productos.

2.2 Enunciado del problema.

¿Será conveniente desarrollar un plan para importar bombas centrífugas para sistemas hidráulicos, provenientes de Centro y Sur América, para comercializarlas en El Salvador, puesto que aquí no se fabrican y su demanda actual tiende a ser creciente?

3. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER.

Uno de los principales elementos del análisis competitivo de Porter incluye el estudio detallado de los procesos para descubrir las principales fuentes de presión competitiva en el mercado.

Este paso analítico es esencial ya que se puede crear estrategias exitosas de carácter competitivo especial de la industria.

Su punto de vista es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado. La idea es que las empresas deben evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia entre ellas.

3.1 Poder de negociación de los clientes.

El poder de negociación de los clientes no influye en la comercialización de sistemas hidráulicos para bombeo de agua en El Salvador, esto debido a que hay pocas opciones para elegir a sus proveedores y su distribución es exclusiva en ferreterías y empresas específicas que solo se dedican vender estos productos, además este producto no tiene sustitos directos, impidiendo a los consumidores presionar sobre los precios ya establecidos por los ofertantes de bombas de agua, también el poder de negociación viene dado por el volumen de compra de los clientes, y en el caso de estos productos, los compradores no adquieren grandes cantidades.

Y es por estas variables que se define que los clientes no tienen poder de negociación o de cambiar de proveedor por factores como precios o calidad de los productos.

3.2 Rivalidad entre competidores existentes.

La rivalidad entre competidores es el elemento más determinante del modelo de Porter y son las estrategias y tácticas que las empresas emplea para fortalecer y proteger su posicionamiento.

La situación actual del mercado la determina la competencia entre empresas y la influencia de estas en la generación de beneficios, en el caso del mercado de sistemas hidráulicos para bombeo de agua no existen muchos competidores esto debido a que el producto solo se vende en ferreterías y empresas que se dedican específicamente a vender estos productos; y es por eso que no hay rivalidad o competencia entre ellas. Además, se investigó que este tipo de empresas normalmente compiten por medio de campañas publicitarias y promociones porque los productos que ofrecen son similares en cuanto a calidad, precios y marcas.

También, para determinar la intensidad de la competencia se debe considerar la influencia de diferentes factores como por ejemplo la concentración que identifica si son pocas o varias las empresas que dominan el mercado de bombas de agua, así como también el tamaño mismo de estas.

Otro factor que influye en la rivalidad entre competidores existentes es la diferenciación entre el producto que ofrece una empresa y el de la competencia, y esto se refiere a las características que los hacen diferentes hasta ser percibido como únicos en el mercado y en el caso de los sistemas de bombeo de agua todas son similares y solo cambian según sus usos porque son características propias del diseño por ejemplo hay algunas que sirven para piscinas, para cisterna o usos domésticos, de regadíos, etc. Y esto hace que las empresas realicen más promociones de sus productos con el fin de incrementar las ventas.

3.3 Amenaza de entrada de nuevos competidores.

En el mercado de sistema de bombeo de agua, las nuevas empresas que ingresen tendrán ciertas barreras, entre las cuales se puede mencionar, la gran inversión que se requiere para ser un competidor, debido a que los precios son altos, además no cuentan con experiencia necesaria para distribuir estos productos debido a que se requiere conocer acerca de los beneficios, características específicas de los sistemas de bombeo, marcas, precios etc. Además de la falta de lealtad de clientes por no ser reconocidos.

Pero a la vez se puede observar que el mercado de sistemas hidráulicos para bombeo de agua está creciendo, y existe mayor demanda de esos productos por la necesidad de llevar el líquido a diferentes lugares.

3.4 Amenaza de posibles productos sustitutos.

Los productos sustitutos son aquellos que realizan funciones similares al producto que se está evaluando, y a la vez significan una fuerza que determina el atractivo de la industria, ya que representan una alternativa más para satisfacer las mismas necesidades, posiblemente con mayores beneficios en el uso, a un menor precio.

El mercado de sistemas hidráulicos para bombeo de agua no tiene productos sustitutos que cumplan con la misma función de una bomba, o satisfagan las mismas necesidades de los usuarios, es por ello que no existe una clara amenaza de productos sustitutos.

3.5 Poder de negociación de los proveedores.

Esta fuerza se refiere a la capacidad de negociación que tienen los proveedores, de ahí muchas veces parte el rendimiento y posicionamiento de una empresa en el mercado, dependiendo del poder de los proveedores para negociar con quienes les suministran los materiales para la producción de sistemas de bombeo de agua.

Los fabricantes en estudio no tienen poder de negociación debido a que los importadores cuentan con diferentes opciones para realizar la compra.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL DIAGNÓSTICO.

4.1 Conclusiones del diagnóstico.

- ✓ Poder de negociación de los clientes, para este tipo de productos, sistemas hidráulicos para bombeo de agua, los clientes no tienen opciones para negociar esto debido a que la sensibilidad del precio no se hace notar ya que es un producto que si se compra no se adquieren en grandes cantidades.

- Poder de negociación baja.
 - Canales de distribución exclusiva a las ferreterías y negocios específicos a la venta de sistemas de bombeo de agua.
 - Pocas opciones de elegir a proveedores.
- ✓ Rivalidad entre competidores existentes, la rivalidad que existen en este mercado de sistemas hidráulicos para bombas de agua es muy baja ya que se ofrecen los mismos productos y su forma de distribuirlo es a través de una buena estrategia de mercadotecnia.
 - ✓ Amenaza de entrada de nuevos competidores, una de las amenazas más latentes a que se enfrentan estos nuevos competidores es la falta de experiencia al distribuir estos productos, y no contar con un plan de importación de como traer estos productos y convertirse en buenos distribuidores.
 - ✓ Amenaza de productos sustitutos, ante la amenaza de productos sustitutos las empresas distribuidoras deben enfocarse en la calidad en la prestación del servicio, hasta ofrecer servicios adicionales como de instalación o reparación de los sistemas de bombeo de agua.
 - ✓ Poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación que tienen las empresas fabricantes con respecto a los distribuidores es bajo, esto debido a que los fabricantes de estos productos son muchos en los países suramericanos.

4.2 Recomendaciones del diagnóstico.

- ✓ Con el diseño de un plan de importación de sistema de bombeo de agua, la entrada de nuevos competidores será más notable ya que será más fácil para los inversionistas traer estos productos del exterior y negociar directamente fabricante – empresa por lo tanto existirá un mayor número de empresas que deseen entrar a ese mercado.

- ✓ Crear para las empresas comercializadoras de sistemas de bombeo de agua una cartera de proveedores del exterior donde ellos puedan elegir sus proveedores
- ✓ Una nueva forma de competir en un mercado competitivo es a través de los precios, el importar productos los costos se reducen y esta es una táctica que las empresas pueden aplicar para fortalecer su posicionamiento.

B. INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE IMPORTACION DE SISTEMAS HIDRAULICOS FABRICADOS EN CENTRO Y SUR AMERICA.

Proceso a través del cual se describen, interpreta y analizan, las causas y efectos de los fenómenos que se están dando en la comercialización de los sistemas de bombeo de agua, utilizando diversas herramientas para la obtención de la información.

- **Diseño de la investigación.**

Para realizar la investigación se utilizó el diseño de campo, debido que permite la obtención de datos directamente de los hechos ocurridos en el fenómeno de estudio, la información recaudada fue mayormente primaria.

La investigación se desarrolló a partir del método científico, este método se desarrolló de forma inductiva a lo largo de la investigación, dado que se establecieron los fenómenos, causas y efectos del mismo, originando datos reales de la investigación; las cuales ayudaron a dar soluciones efectivas a la problemática.

1. Objetivos de la investigación.

- ✓ **General.**

Realizar una investigación que aporte información para diseñar una propuesta de un plan de importación de sistemas hidráulicos para bombeo de agua.

✓ **Específicos.**

- Determinar si los comerciantes de sistemas de bombeo de agua conocen el proceso de importación.
- Identificar el nivel de conocimiento que tienen los empresarios sobre la logística de importación para bombas de agua.
- Analizar si los empresarios de sistemas de bombeo de agua tienen algún conocimiento acerca de los permisos que se deben solicitar para importar.

2. Hipótesis de la investigación.

✓ **General.**

¿La creación de un plan de importación brindará beneficio a los importadores en el rubro de sistemas hidráulicos para bombeo de agua?

✓ **Específicas.**

- ¿Desconocen los empresarios de sistemas de bombeo de agua el proceso de importación?
- ¿Conocen los empresarios de sistemas de bombeo de agua la logística de importación para bombas de agua?
- ¿Saben los empresarios cuales son los permisos que deben solicitar para realizar una importación?

2.1. Matriz de congruencia.

Cuadro 10.

| Objetivo General: Documentar información relevante que justifique la propuesta de un plan de importación de bombas centrífugas para sistemas hidráulicos, provenientes de Centro y Sur América. | | | |
|--|--|---|---|
| Objetivos específicos: | Hipótesis específicas | Variables | Indicadores |
| Determinar si los empresarios de sistemas de bombeo de agua conocen el proceso de importación. | Los empresarios de sistemas de bombeo de agua conocen el proceso de importación. | VI: Proceso de Importación VD: Conocimiento de los empresarios | Orden de compra. Tramites Aduanas |
| Identificar el nivel de conocimiento que tienen los empresarios sobre la logística en importación para bombas de agua. | Los empresarios ferreteros conocen la logística de importación para bombas centrífugas de agua. | VI: Logística de importación VD: Conocimiento de los empresarios | Tiempo Transporte primario y Transporte secundario. Almacenaje. Incoterms. Costos. |
| Analizar si los empresarios de sistemas de bombeo de agua tienen algún conocimiento acerca de los permisos que se deben solicitar para importar. | Los empresarios de sistemas de bombeo de agua saben cuáles son los permisos que deben solicitar para realizar una importación. | VI: Permisos para importar. VD: Conocimiento de los empresarios | Aranceles. Impuestos. Documentos exigibles. |

Fuente: Aporte del grupo de investigación.

3. Método de investigación.

En la actualidad las investigaciones se enfrentan a problemas, los cuales hay que buscarles solución, es por eso que se recurre a los métodos de investigación científica debido a que permiten profundizar los conocimientos en sus aspectos cuantitativos y sus lineamientos para poder desarrollar el eje central del estudio.

Para esta investigación de campo de este plan de importación, interesa conocer las medidas de este proceso; por ejemplo, con qué frecuencia ocurre, cuál es el porcentaje de importación de este producto, saber exactamente dónde se inicia el problema, en qué dirección va para buscar resolver el problema observado por las investigadoras.

4. Tipo de investigación.

Es necesario determinar qué tipo de estudio se llevará a cabo y para ésta investigación se utilizará la exploratoria ya que el objetivo es realizar un plan de importación que pocos conocen su proceso o que pocos lo utilizado. Para este estudio también se busca familiarizarse con este fenómeno ya que es una problemática poco estudiada.

5. Unidades de análisis y/o sujetos de investigación.

Las unidades de análisis que se utilizarán en la investigación para realizar el plan de importación serán los negocios que cuenten con el siguiente perfil, ya que serán ellos quienes brindarán la información necesaria para llevar a cabo la investigación por medio de la realización de una encuesta los mismos:

Lugar: empresas ubicadas en el municipio de San Salvador

Actividad: venta de equipos de bombeo de agua.

Clasificación: pequeña o mediana empresa.

Capacidad: con capacidad económica para importar.

6. Fuentes de investigación.

- **Fuentes de investigación primaria.**

Información que permite tener una certeza directa sobre las variables de la investigación y proporcionan datos precisos a la problemática.

Y como fuente de información primaria se recopiló de las empresas comercializadoras de sistemas de bombeo de agua del municipio de San Salvador. Además, se realizó una entrevista, la cual se dirigió al Licenciado José Antonio Larín agente aduanal autorizado.

- **Fuentes de investigación secundaria.**

Las fuentes de donde se obtuvo la información fueron:

- Libros especializados de comercio internacional
- Libro Fundamentos de marketing.
- Recopilación de leyes tributarias

- Manuales de exportación e importación.
- investigación de mercados.
- Sitios web
- Tesis.

7. Población y muestra.

- **Población.**

Se refiere a toda una colección de unidades de estudio acerca del cual se desea hacer alguna inferencia.

Para la investigación, la población son todas aquellas empresas ubicadas en el municipio de San Salvador, pequeña y mediana empresa que se dedique a comercializar equipo para bombeo de agua, con estas características se identificó una población de 403 empresas que cumplen estos requisitos.

- **Determinación de muestra.**

Se entenderá como una reunión de unidades de estudios que forman una parte representativa de la población para la cual se obtuvo de la siguiente manera:

$$n = \frac{N(Z^2)P(Q)}{(N-1)(LE)^2 + Z^2(P)(Q)}$$

N= población 403 empresas.

Z= nivel de confianza que será igual a 90% (1.65).

P= probabilidad de éxito 0.5 (si es conocido).

Q= Probabilidad de fracaso 0.5.

LE = el error máximo tolerable que será 10% = 0.10.

$$n = \frac{403(1.65^2)0.5(0.5)}{(403 - 1)(0.10)^2 + 1.65^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{274.29}{4.70}$$

$$n = 58$$

Por lo tanto, se consideró una muestra de 58 encuestas dirigida a ferreterías y otros negocios que venden sistemas de bombeo de agua, para la obtención de información de la creación de un plan de importación.

Justificación de los valores de la fórmula:

Z= Es el valor de confianza de las respuestas obtenidas del cuestionario, dado que el nivel de confiabilidad no puede ser el 100% lo que sería ideal, se estableció un porcentaje del 90%, representando un nivel aceptable para cualquier investigación, este porcentaje es equivalente a 1.65.

Le= porcentaje de error de la investigación, se estipuló de un 10% que es un margen aceptable. Tanto el nivel de confianza, con el error no son complementarios.

A mayor nivel de confianza, mayor amplitud del intervalo y por tanto la estimación tiende a ser menos precisa.

p = proporción del nivel de satisfacción de los comerciantes de sistema de bombeo de agua, y como este dato es desconocido se coloca un 0.5.

q = proporción del nivel de insatisfacción este se complementa con "p" lo que significa que la suma de ambas es igual a la unidad: p + q = 1, lo que su valor fue de 0.5.

C. RECOPIACIÓN DE DATOS.

Proceso de recolectar datos para posibilitar el cálculo de indicadores, y son aquellos que proporcionan información de forma lógica y ordenada, dando a conocer la opinión de la población en relación particular del tema de investigación.

1. Técnica de investigación.

Las fuentes que ayudaron a recolectar información válida y confiable fueron a través de las siguientes:

✓ **Encuesta.**

Formato redactado en forma de interrogatorio para obtener toda la información necesaria acerca de las variables que se investigan. A través de este se obtuvo información de manera directa de los comerciantes de sistemas de bombeo de agua del municipio de San Salvador, además esta es una técnica de investigación que permite al investigador conocer información de un hecho a través de las opiniones que reflejan ciertas maneras y formas de asimilar y comprender hechos.

✓ **Entrevista.**

Es una técnica que facilita la obtención de datos, en la investigación se realizó entrevista cara a cara con Licenciado José Antonio Larín agente aduanal autorizado, esta permitió determinar de manera más el proceso de importación.

2. Instrumento de Investigación.

Son los medios a través del cual se obtuvo la información de la muestra a estudiar en la investigación. Como instrumento se implementó la guía de entrevista y el cuestionario que sirvió para obtener la información necesaria.

✓ **Guía de entrevista.**

Se elaboró una guía de preguntas con el objetivo de conocer el proceso aduanal que se sigue para traer mercadería del exterior la cual se dirigió al Sr. José Antonio Larín Agente Aduanal Autorizado. La guía de preguntas constaba de ocho preguntas abiertas.

✓ **Cuestionario.**

Se realizó un cuestionario en base a preguntas creadas a criterio del grupo de investigación, dada su relevancia, esta fue suministrada de manera directa por las

investigadoras en los diferentes negocios de sistema de bombeo de agua del municipio de San Salvador, el guion del cuestionario estaba compuesto por 24 preguntas de estas 9 preguntas dicotómicas y 15 preguntas de selección múltiple.

3. Prueba Piloto.

Prueba piloto.

Para este caso se encuestó a 5 comerciantes de sistema de bombeo de agua, de los resultados obtenidos se realizaron los cambios necesarios a algunas preguntas, que se detallan a continuación:

Cuadro 11.

| Preguntas mal redactadas | Cambio |
|---|---|
| ¿La empresa donde usted labora importa bombas de agua? | ¿Cómo adquiere los sistemas de bombeo de agua la empresa donde usted labora? |
| ¿Tiene conocimiento de la existencia de un plan/guía de importación de bombas de agua fabricadas en Centro y Sur América? | ¿Tiene conocimiento de la existencia de un plan de importación de sistema de bombeo de agua fabricadas en Centro y Sur América? |

Fuente: Aporte del grupo de investigación.

4. Tratamiento estadístico de la investigación.

Teniendo toda la información necesaria, posteriormente se ordenó y clasificó utilizando el programa de Excel para la tabulación y elaboración de graficas de los datos obtenidos según los objetivos de la investigación planteados anteriormente.

✓ Entrevista.

Para el caso de análisis de este instrumento después de haber obtenido las respuestas por parte del entrevistado José Antonio Larín (Agente Aduanal) a través de los apuntes de

las investigadoras, así como grabaciones, se procedió al análisis e interpretación de cada una de sus respuestas detallándolas en un cuadro de dos filas y dos columnas donde en la primera fila se dejó la interrogante y en la segunda fila su respectivo análisis.

✓ **Encuesta.**

Después de haber administrado los instrumentos a las empresas comercializadoras de sistemas de bombeo de agua del municipio de San Salvador, se realizó la tabulación de los datos, analizando los cuestionarios contestados para posteriormente presentarlos de la siguiente forma:

- Formulación de la pregunta.
- El objetivo por el cual se formuló la pregunta.
- La tabla con frecuencia y porcentaje de las respuestas.
- El gráfico donde se muestran los porcentajes de los datos.
- Análisis de la lectura de cada gráfico.
- La interpretación de cada gráfico.

D. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.

El análisis de los resultados de la entrevista y encuestas es una de las fuentes principales para la elaboración del plan de importación de sistemas de bombeo de agua los cuales se presentan a continuación.

1. Análisis e interpretación de los instrumentos.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de cada uno de los instrumentos con sus respectivos análisis como ayuda para el diseño del plan de importación.

a) Entrevista.

Entrevista con agente aduanal

José Antonio Larín E.

Agente aduanal autorizado (CODIGO 043)



Con este instrumento se pretendió obtener conocimiento acerca de los trámites aduanales a tomar en cuenta para traer mercadería del exterior.

José Antonio Larín E., un agente aduanal autorizado con más de 30 años de experiencia en esta área, es gerente general de la empresa denominada “TRAMITES Y SERVICIOS ADUANALES, S.A DE C.V” el señor José expresaba que ser un agente aduanal no es cosa fácil, es todo un proceso para poder calificar y mencionaba que al menos en El Salvador, agentes autorizados son un promedio de solo 130 desarrollando esta labor. Anteriormente fue gerente de ventas del departamento de bombas del ALMACEN SAGRERA lugar donde conoció mucho acerca de equipos hidráulicos.

Cuadro 12.

| Interrogante | Respuesta |
|--|---|
| <p>1. ¿Cuáles son los requisitos para poder importar en el salvador?</p> | <p>El sr. Larín comentaba que lo primero es que la empresa o sociedad este 100% constituida como tal, que todos sus documentos los tenga en regla, por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que tenga su respectiva escritura de constitución. • Registrada en el centro nacional de registro. • Registrada en hacienda con su respectivo número de identificación tributaria para poder declarar impuestos por esos productos. • La tarjeta de importador. <p>También considera que la empresa que desea importar debe tener un mercado al cual satisfacer una necesidad, debe conocer lo que el cliente desea.</p> |

| | |
|---|---|
| <p>2. ¿Cómo se hace para poder contactar proveedores en el exterior?</p> | <p>El sr. Larín indicaba que hoy día es mucho más fácil con la herramienta del internet ya que facilita la búsqueda, solo se coloca el nombre del producto y busca las empresas fabricantes del mismo y aparecen los listados y se comienza a cotizar.</p> <p>Además, recalca que es recomendable negociar con empresas fabricantes ya que esto reduce costos y es una ventaja para que la empresa pueda competir con las demás empresas y no adquirir los productos por distribuidoras porque el costo se eleva.</p> <p>También que se puede recurrir a embajadas con asesores comerciales ellos brindan información de sus proveedores, contactos, teléfonos etc.</p> |
| <p>3. ¿Cuáles son las leyes que rigen el comercio internacional en el salvador?</p> | <p>Lo primero que mencionaba el Sr Larín es conocer las formalidades para importar, conocer por cuales reglas está regido el comercio internacional entre ellas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convenios • Tratados TLC • En el caso de El Salvador CONVENIO ADUANERO UNICO CENTROAMERICANO (CAUCA) Y EL REGLAMENTO CONVENIO ADUANERO UNICO CENTROAMERICANO (RECAUCA) del cual se aclaró que toda mercadería de cualquier lugar de procedencia, se rigen por esos dos |

| | |
|---|--|
| | <p>normativas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recopilación de leyes aduaneras. • Normativas para asignar valor. • Normativas de origen. |
| <p>4. ¿Porque es considerado el CAUCA una normativa esencial para importar?</p> | <p>Porque es una normativa supranacional que está por encima de las leyes nacionales, en esta se encuentran aspectos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Finalidades. • Servicio aduanero. • Auxiliares de la función pública de aduanas entre ellas: agentes aduaneros, transportistas, almacenes de depósitos y navieras. • sistemas informáticos. • Aranceles. • Origen. • medios de transporte. • despachos aduaneros (en el que recalco que esa es la función del agente aduanal). • regímenes aduaneros. |
| <p>5. ¿Cuál es la función principal de un agente aduanal?</p> | <p>Las principales funciones es movilizar la mercadería desde que al importador le depositan la mercadería en almacén, el agente aduanal comienza a realizar la respectiva declaración para poder sacarla y entregarla al importador.</p> |

| | |
|---|---|
| <p>6. ¿Cuáles son los documentos necesarios para poder realizar la declaración de mercancías?</p> | <p>Los documentos necesarios son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Factura, que es el documento que el vendedor envía el cual debe contener: dirección del comprador o vendedor, el término de importación (INCOTERM), lugar de procedencia y destino, cantidades, descripción y valor. • Documento de transporte: si es marítimo es el B/L (Bill of Lading), si es terrestre Carta de Porte, y si es aéreo Guía Aérea (AWV). • Certificados de origen. • Manifiesto de carga (naviera). |
| <p>7. ¿Cómo realiza una declaración de mercancía?</p> | <p>A la hora de elaborar una declaración de mercadería es esencial tener claro en la factura que envía el vendedor, el termino por el cual se negoció con el vendedor partiendo de ahí se presente este término a aduana luego se valoran el flete, los seguros y sus valores FOB, después de eso se calculan los impuestos arancelarios según CAUCA y el impuesto nacional conocido como el IVA, para finalizar el sello del agente aduanal y la presentación de esta declaración las cuales contiene tres copias una para banco, otra para aduana y otra para hacienda.</p> |

| | |
|--|---|
| <p>8. ¿Cuál es el proceso de despacho de la mercadería al haber presentado la declaración?</p> | <p>Se sigue un proceso de selectividad el cual el oficial de aduanas realiza esta actividad, el sr. Larín mencionaba que existen tres tipos de selectividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La selectividad verde: que es cuando todo está bien, los valores a declarar son los correctos. • La selectividad amarilla, también conocida como revisión documental: es donde el oficial de aduana revisa la documentación que acompaña a la declaración por ejemplo la factura, el documento de transporte, certificado de origen, manifiesto de carga, que todo eso coincida con los valores reflejados en la declaración de aduana. • La selectividad roja: es cuando ya no interviene un oficial de aduana y Ministerio de Hacienda, sino que un contador vista, el cual revisa en físico la mercadería, la sacan de sus contenedores y comienzan a contar. |
|--|---|

Fuente: Aporte del grupo de investigación.

b) Encuesta.

A continuación, se detalle la tabulación y análisis de cada pregunta elaborada.

Primera parte: datos generales.

Pregunta N° 1. Cargo que ocupa en la empresa.

Objetivo: determinar el cargo que ocupa dentro de la empresa donde labora cada uno de los encuestados de sistemas de bombeo de agua.

Tabla N°1

| Cargo | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Vendedores | 38 | 66% |
| Gerentes | 20 | 34% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°1



Análisis: los resultados reflejan que el 66% de los encuestados ocupan el cargo de vendedor dentro de la empresa donde laboran y un 34% son gerentes de la empresa.

Interpretación: según los datos la mayoría de los encuestados son vendedores porque son los que tienen el contacto directo con los clientes y conocen cuáles son los sistemas de bombeo de agua que más se venden, sus características como: marcas, precios, fuerza, etc.

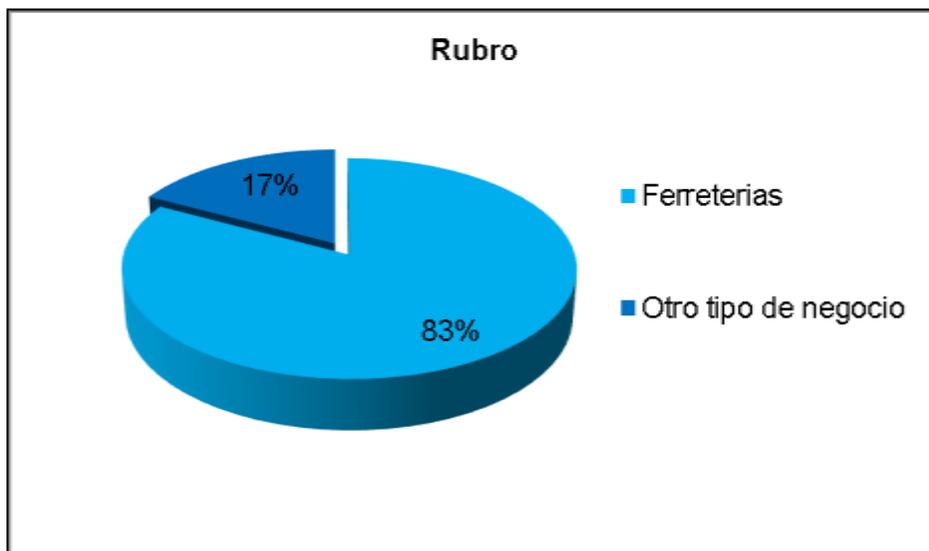
Pregunta N° 2. Rubro principal de la empresa.

Objetivo: conocer el rubro principal al que se dedica la empresa comercializadora de sistema de bombeo de agua.

Tabla N° 2

| Rubro | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|------------|
| Ferretería | 48 | 83% |
| Otro tipo de empresa | 10 | 17% |
| TOTAL | 58 | 100 |

Gráfico N°2



Análisis: según los resultados, el 83% de los encuestados son ferreterías, y el 17% son otro tipo de negocio que se dedican específicamente a la venta de sistemas de bombeo de agua de todo tipo.

Interpretación: los sistemas de bombeo de agua en el país se venden más en ferreterías, dado que estas tienen variedades de productos y el cliente aprovecha para hacer compras de otros materiales de construcción, así mismo la cantidad de otros negocios es mucho menor esto debido a que no son muy reconocidos.

Segunda parte: Cuerpo del cuestionario.

Pregunta N° 1. ¿Conoce usted el proceso para importar sistema de bombeo de agua?

Objetivo: determinar si los comerciantes de sistemas de bombeo de agua conocen el proceso de importación de estos productos.

Tabla N° 3

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 18 | 31% |
| NO | 40 | 69% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°3



Análisis: como se puede observar en la gráfica, de los 58 ferreteros encuestados el 69% no conocen el proceso de importación de sistemas de bombeo de agua, el 31% si conocen dicho proceso.

Interpretación: como se puede interpretar la mayoría, siendo 69%, no conoce el proceso debido a que no realizan esta actividad para obtener este producto, así mismo existe un 31% si conocen dicho proceso esto porque adquieren los sistemas de bombeo por medio de las importaciones de países donde son fabricadas o ensambladas.

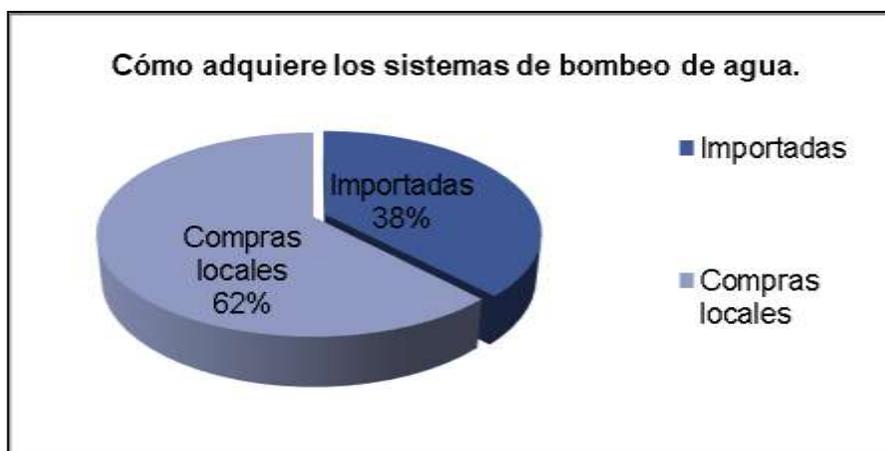
Pregunta N° 2. ¿Cómo adquiere el sistema de bombeo de agua la empresa donde usted labora?

Objetivo: conocer si las empresas que venden sistemas de bombeo de agua los adquieren por medio de la importación o compras locales.

Tabla N°4

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|-------------|
| Importadas | 22 | 38% |
| Compras locales | 36 | 62% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°4



Análisis: en la presente gráfica se observa que el 62% de los encuestados adquieren los sistemas de bombeo de agua por medio de las compras locales, así mismo el 38% de los encuestados adquieren estos productos por medio de las importaciones.

Interpretación: por lo que se determina que la mayoría de los comerciantes de sistemas de bombeo de agua los adquieren por medio de las compras locales a las empresas más grandes, o a distribuidores autorizados de marcas en específico en el país, y algunas lo hacen así porque no saben cómo contactar a proveedores en el extranjero para concretar una importación.

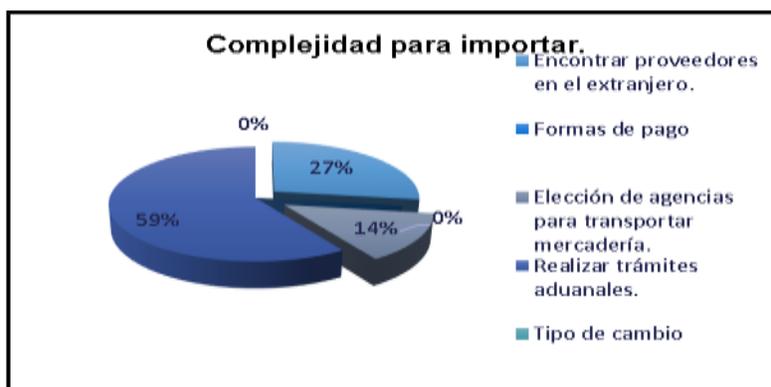
Pregunta N° 3. Si su respuesta es “importadas”, ¿Cuál es la complejidad que encuentra a la hora de importar estos productos?

Objetivo: determinar cuál es la mayor complejidad a la hora de importar estos productos.

Tabla N° 5

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|-------------|
| Encontrar proveedores en el extranjero. | 6 | 27% |
| Formas de pago | 0 | 0% |
| Elección de agencias para transportar mercadería. | 3 | 14% |
| Realizar trámites aduanales. | 13 | 59% |
| Tipo de cambio | 0 | 0% |
| TOTAL | 22 | 100% |

Gráfico N°5



Análisis: con el objetivo de conocer la opinión de las personas acerca de la complejidad al importar sistemas de bombeo, se establecieron algunas opciones, de las cuales el 59% determinan que los trámites aduanales son los de mayor complejidad, seguido de un 27% que manifiesta ser la falta de proveedores en el extranjero, siendo el 14% que establece que es complicado encontrar una agencia que transporte la mercadería.

Interpretación: concluyendo que para la mayoría de las personas es complicado el proceso que implica el importar resaltando que los trámites aduanales son de las opciones en las que mayor dificultad ven debido a que no poseen conocimiento de cómo realizarlo.

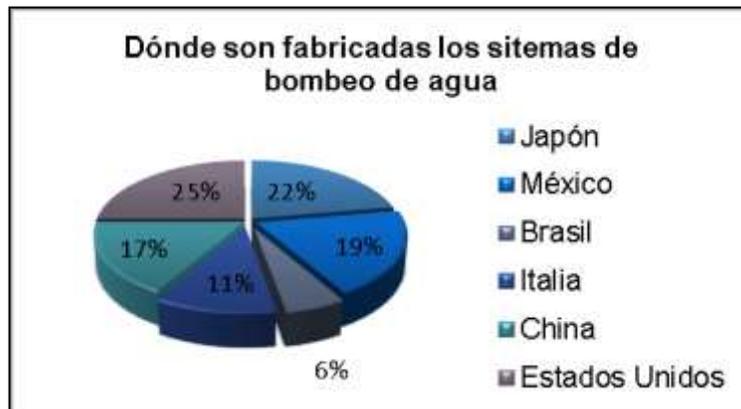
Pregunta N° 4. Si su respuesta es “por compras locales”, enuncie ¿Dónde son fabricados los sistemas de bombeo de agua que vende la empresa donde usted labora?

Objetivo: conocer los países donde son fabricados los sistemas de bombeo de agua.

Tabla N° 6

| País | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|-------------|
| Japón | 8 | 22% |
| México | 7 | 19% |
| Brasil | 2 | 6% |
| Italia | 4 | 11% |
| China | 6 | 17% |
| Estados Unidos | 9 | 25% |
| TOTAL | 36 | 100% |

Gráfico N°6



Análisis: de acuerdo a las 36 ferreterías que manifiestan realizar sus compras locales de los sistemas de bombeo de agua, podemos deducir que: el 25% son fabricadas en los Estados Unidos; el 22% en Japón, específicamente fabricados por la marca Honda; el 19% son de México por la marca Truper y Franklin; el 17% son hechas en China, el 11% son italianas; también esta Brasil como fabricante con un 6%.

Interpretación: por lo que se interpreta que los comerciantes de sistemas de bombeo de agua venden marcas de diferentes países y esto hace que los precios varíen entre una marca y otra, aunque sus características de fuerza o tamaño sean las mismas por ejemplo un sistema de bombeo de agua fabricado en China tiene un menor precio que una fabricada en Japón.

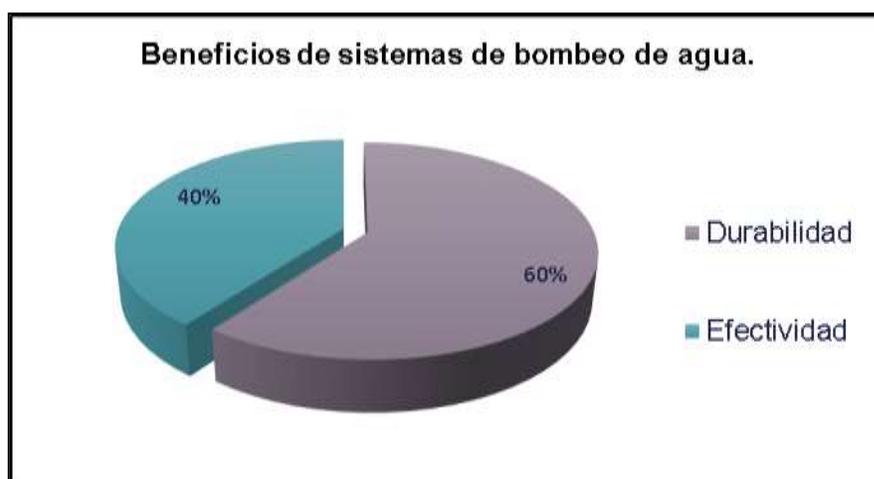
Pregunta N° 5. ¿Cuáles son los beneficios que brindan los sistemas de bombeo de agua que vende la empresa donde usted labora?

Objetivo: identificar cuáles son los benéficos que brindan los sistemas de bombeo de agua.

Tabla N° 7

| Alternativa | frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Durabilidad | 35 | 60% |
| Efectividad | 23 | 40% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°7



Análisis: con el propósito de conocer en que se basan los distribuidores de sistemas de bombeo de agua para vender esos productos se realizó la pregunta acerca de los beneficios que ofrecen los mismos, de un total de 58 empresas que se encuestaron, el 60% respondió que es la durabilidad, mientras el 40% establece que es la efectividad.

Interpretación: según los datos obtenidos acerca de los beneficios que brindan los sistemas de bombeo de agua el que tiene mayor importancia para los clientes es la durabilidad, porque la duración es de aproximadamente 8 años, así mismo la efectividad es un factor importante a la hora de comprar debido a que de esto depende la capacidad de abastecimiento de los mismos, es decir cuántos litros de agua puede vaciar por minuto.

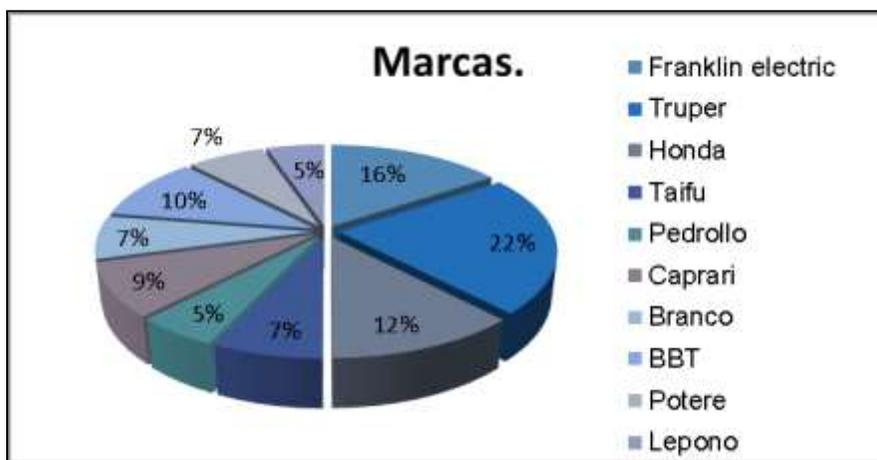
Pregunta N° 6. ¿Cuáles son las marcas de sistema de bombeo de agua que ustedes venden?

Objetivo: identificar las marcas de sistemas de bombeo de agua que más se venden.

Tabla N°8

| Marcas | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------|------------|-------------|
| Franklin electric | 9 | 16% |
| Truper | 13 | 22% |
| Honda | 7 | 12% |
| Taifu | 4 | 7% |
| Pedrollo | 3 | 5% |
| Caprari | 5 | 9% |
| Branco | 4 | 7% |
| BBT | 6 | 10% |
| Potere | 4 | 7% |
| Lepono | 3 | 5% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°8



Análisis: de acuerdo a los 58 ferreteros encuestados sobre cuáles son las marcas de sistema de bombeo de agua que más se venden estos manifiestan que: Truper con 22% es la marca que más se vende; seguido del 16% que considera que Franklin electric; el 12% dice que es Honda, el 10% dijo que BBT es una de las marcas que venden, el 9% dijo que Caprari, el 7% menciona que son Taifu y Branco y el 5% indica que son Pedrollo y Potere.

Interpretación: al interpretar estos datos se puede mencionar que las marcas que más se vende en las ferreterías de El Salvador son Truper y Franklin seguido por Honda esto debido a la confianza a la marca que tienen los clientes.

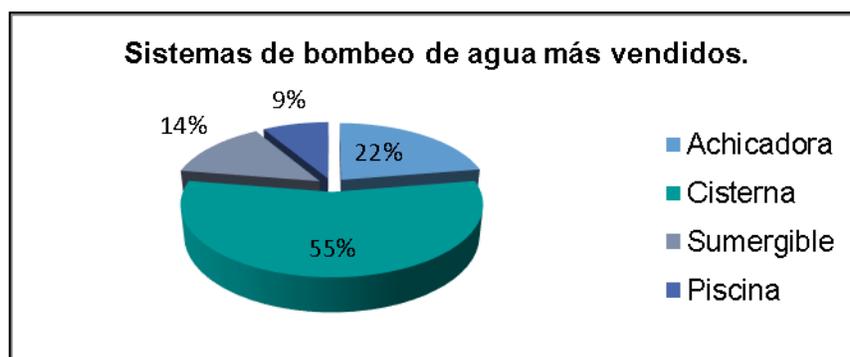
Pregunta N° 7. ¿Qué tipos de sistema de bombeo de agua son los que más se venden?

Objetivo: establecer cuáles son los sistemas de bombeo de agua que más se venden en el país.

Tabla N° 9

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Achicadora | 13 | 22% |
| Cisterna | 32 | 55% |
| Sumergible | 8 | 14% |
| Piscina | 5 | 9% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°9



Análisis: como resultado de esta interrogante se obtuvieron los siguientes datos en un 55% son las cisternas, en segundo lugar, con 22% lo obtienen las bombas achicadoras, en tercer lugar, las bombas sumergibles con un 14%, que son poco adquiridas, y en última posición quedando las bombas para piscina con 9%.

Interpretación: en esta investigación es muy importante determinar cuáles son los tipos de sistemas de bombeo de agua que más se demandan, realizando un sondeo interno se estableció que las más vendidas son los sistemas ya que son las de uso en el hogar, las bombas achicadoras, que son utilizadas principalmente en la agricultura y que en periodos de sequía son una de las más buscadas por los agricultores y las sumergibles y las de uso en piscinas que son las menos demandadas en este sector de sistemas para bombeo.

Pregunta N° 8. ¿Cuáles de las siguientes variables considera usted que más inciden para que los clientes tomen la decisión de comprar sistemas de bombeo?

Objetivo: determinar el factor que impulsa a tomar la decisión de compra de sistemas de bombeo de agua.

Tabla N° 10

| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Precio | 32 | 55% |
| Calidad | 26 | 45% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°10



Análisis: con la lectura del presente grafico tenemos un 55% de aceptación con lo que respecta a la variable precio, contra un 45% que toma la calidad como elemento importante para comprar los sistemas de bombeo de agua.

Interpretación: Dentro de las variables que se tomaron en cuenta para determinar la decisión de compra de las personas, se consideraron: el precio y la calidad, de las cuales el precio es el que más influye, esto debido a la diversidad de precios de estos productos que existe en el mercado y dejando como segunda variable la calidad.

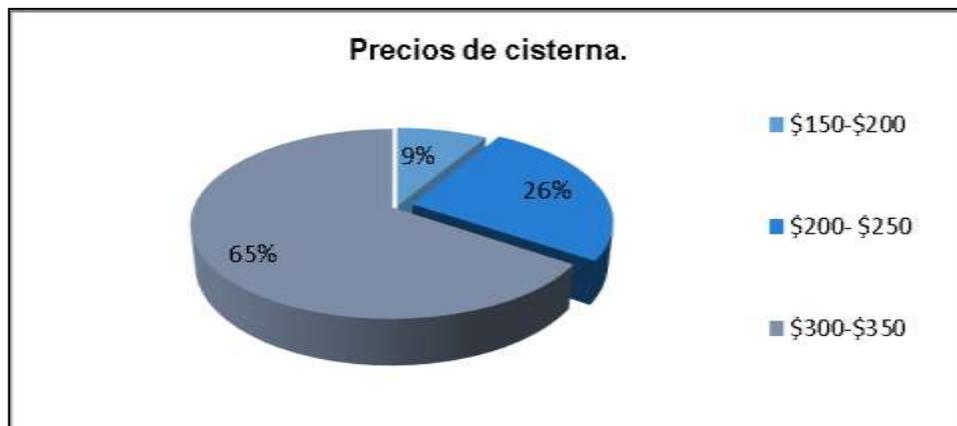
Pregunta N° 9. ¿Cuál es el rango de precios de las cisternas?

Objetivo: conocer el rango promedio de precios de los sistemas de bombeo de agua específicamente de las cisternas.

Tabla N°11

| Precios | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| \$150-\$200 | 5 | 9% |
| \$200- \$250 | 15 | 26% |
| \$300-\$350 | 38 | 66% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°11



Análisis como se lee en el gráfico, los rangos de precios a los que venden las empresas comerciantes de sistemas de bombeo de agua específicamente las cisternas son: un 65% oscila entre \$300.00 a \$350.00, el 26% respondió que se encuentra entre los \$200.00 a \$250.00 y un 9% determina \$150.00 a \$200.00.

Interpretación: al interpretar estos datos se puede observar que, en su mayoría las ferreterías y empresas exclusivas en la venta de este producto, el promedio de precios para este tipo de sistemas de bombeo está entre los rangos de \$300.00 a \$350.00, y cabe mencionar también que la mayoría de los clientes de estos productos a la hora de adquirirlos evalúan la variable precio de acuerdo a la variedad que se ofrece de este tipo de producto.

Pregunta N° 10. ¿Cuál es el rango de precios de las achicadoras?

Objetivo: conocer el rango promedio de precios de los sistemas de bombeo de agua específicamente de las achicadoras.

Tabla N°12

| Precios | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| \$250-\$300 | 12 | 21% |
| \$300-\$350 | 6 | 10% |
| \$350-\$400 | 18 | 31% |
| \$400 o más | 22 | 38% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°12



Análisis: cómo podemos leer en el gráfico, a la hora de consultar los precios de las bombas achicadoras el 38% se estableció entre los \$400 a más, el 31% entre los \$350.00 a \$400.00, el 21% entre los \$250.00 a \$300.00, y un 10% en \$300.00 y \$ 350.00.

Interpretación: al interpretar estos datos se observa que hay variedad de precios, pero que debido a la diversidad de marcas que existen, así serán los precios variados, pero se pudo observar que en su mayoría los rangos de precios más comunes entre los encuestados fueron de \$350.00 en adelante como se lee en el gráfico con el 38% y 31%.

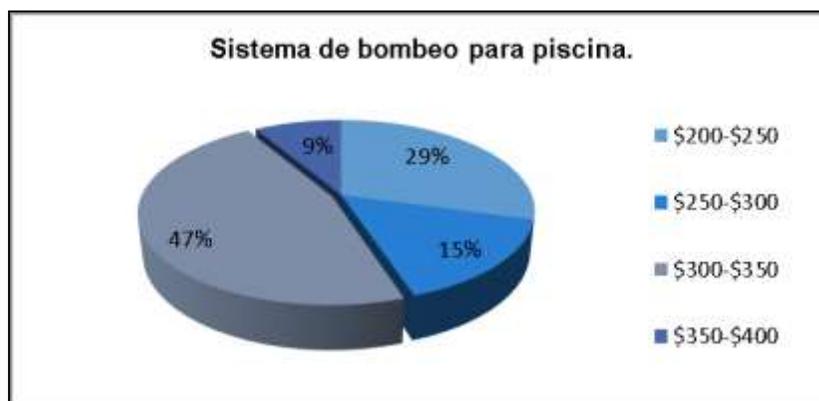
Pregunta N° 11. ¿Cuál es el rango de precios de los sistemas de bombeo para piscina?

Objetivo: conocer el rango promedio de precios de los sistemas de bombeo de agua específicamente para piscina.

Tabla N° 13

| Precios | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| \$200-\$250 | 17 | 29% |
| \$250-\$300 | 9 | 16% |
| \$300-\$350 | 27 | 47% |
| \$350-\$400 | 5 | 9% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°13



Análisis: Al analizar estos datos del presente gráfico, muestra que de las 58 ferreterías encuestadas un 47% sus precios se encuentran entre \$300.00 y \$ 350.00 y son los más vendidos, el 29% entre \$200.00 a \$250.00, un 15% sus precios andan de \$250.00 a \$ 300.00, y un 9% de \$350.00 a \$400.00.

Interpretación: al interpretar estos datos el promedio de precios de estos productos oscila entre los \$300.00 a \$350.00 que casi corresponde al 50% de los encuestados, esto nos da la pauta para conocer el rango de precios que las empresas tienen disponibles a sus clientes y de esta forma considerarlos y evaluar la factibilidad de traerlos directamente a través de una importación.

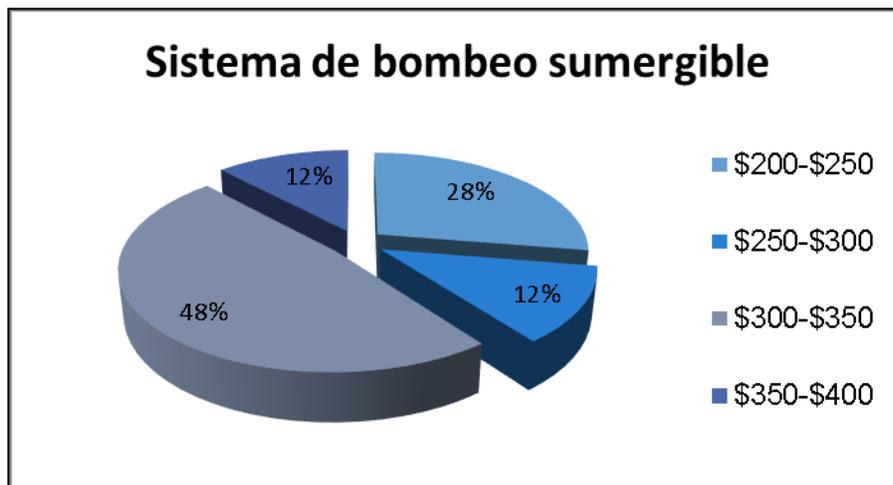
Pregunta N° 12. ¿Cuál es el rango de precios de los sistemas de bombeo sumergibles?

Objetivo: conocer el rango promedio de precios de los sistemas de bombeo de agua específicamente sumergibles.

Tabla N° 14

| Precios. | Frecuencia | Porcentaje. |
|--------------|------------|-------------|
| \$200-\$250 | 16 | 28% |
| \$250-\$300 | 7 | 12% |
| \$300-\$350 | 28 | 48% |
| \$350-\$400 | 7 | 12% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°14



Análisis: al observar el grafico, de los 58 encuestados un 48% contestó que los rangos de precios de los sistemas de bombeo de agua se encuentran entre los \$300.00 y \$350.00, un 28% establece que es entre \$200.00 y \$250.00, un 12.00% entre los \$250.00 a \$300.00 y un 12% entre los \$350.00 a \$400.00.

Interpretación: al interpretar estos datos se puede apreciar que al menos el 50% ofrece estos productos a precios entre los \$300.00 a \$350.00 y por consecuencia, son las que más se venden y son las más demandadas por los clientes, es por ello que, si se desea importar este tipo de sistema hidráulico, se deben considerar sus costos para poder evaluar su factibilidad de colocarlos entre esos rangos de precios.

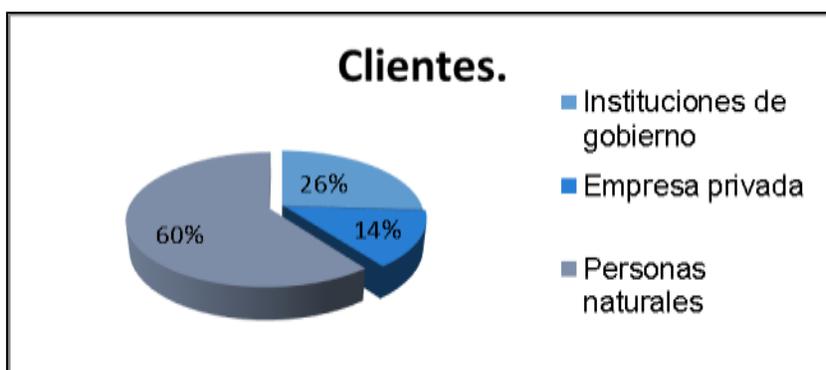
Pregunta N° 13. ¿Quiénes son sus clientes?

Objetivo: determinar quiénes son los clientes de los comerciantes encuestados de sistemas de bombeo de agua.

Tabla N°15

| Clientes. | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------|-------------------|-------------------|
| Instituciones de gobierno | 15 | 26% |
| Empresa privada | 8 | 14% |
| Personas naturales | 35 | 60% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°15



Análisis: según la lectura del gráfico de los 58 encuestados, el 60% menciona que sus clientes son personas naturales asimismo el 26% manifiesta que sus clientes son instituciones de gobierno y también el 14% declara que sus clientes son las empresas privadas.

Interpretación: al visualizar ese 60% que menciona que sus clientes son personas naturales, los empresarios definen que son todos aquellos agricultores que utilizan los sistema de bombeo de agua para regadíos de sus cosechas e ingenieros para uso industriales, o también personas de residencia para una cisterna en su casa; así mismo los clientes que vienen de gobierno son todas aquellas instituciones ya sea alcaldías o licitaciones a cualquier otro organismo de gobierno, y los clientes con lo que respecta a empresas privadas son las que se realizan a través de compras directas o por medio de licitaciones.

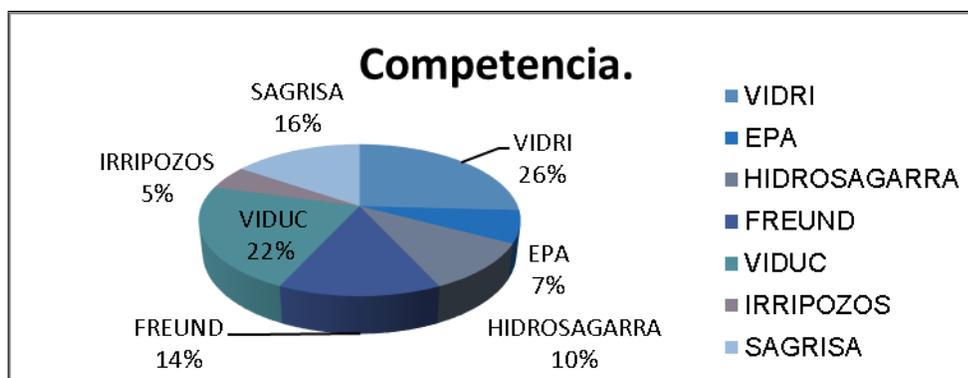
Pregunta N°14. ¿Quiénes son sus competidores?

Objetivo: conocer todos los lugares donde se comercializa este producto y que se consideran competencia directa para los encuestados.

Tabla N°16

| Competidores | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| VIDRI | 15 | 26% |
| EPA | 4 | 7% |
| HIDROSAGARRA | 6 | 10% |
| FREUND | 8 | 14% |
| VIDUC | 13 | 22% |
| IRRIPOZOS | 3 | 5% |
| SAGRISA | 9 | 16% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°16



Análisis: en el caso de los 58 ferreteros encuestados el 26% revelan que su mayor competidor es VIDRI el 22% menciona que es Viduc; mientras que el 16% respondió que es Sagrisa, para el 14% Freund es su competidor directo, el 10% de los encuestados determinó que es Hidrosagarra, quedando EPA en un 7% e Irripozos en un 5%.

Interpretación: según los datos obtenidos los comerciantes de sistema de bombeo de agua consideran que en el país hay gran competencia de estos productos y mencionan que sus mayores competidores son Vidri y Viduc, porque tienen gran variedad de marcas y precios además tienen agencias en diferentes zonas del municipio de San Salvador facilitándole al cliente sus compras.

Pregunta N° 15. ¿Tiene conocimiento de la existencia de un plan de importación de sistema de bombeo de agua fabricadas en Centro y Sur América?

Objetivo: conocer si las personas tienen conocimiento sobre si hay un plan de como importar sistemas de bombeo de agua.

Tabla N°17

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 0 | 0% |
| NO | 58 | 100% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°17



Análisis: Al realizar la pregunta de si conocen sobre la existencia de un plan de importación de sistemas de bombeo de agua, el 100% de los encuestados, respondieron que no.

Interpretación: al conocer de parte de los encuestados que nunca han escuchado de un plan de importación, eso lleva a concluir que no existe tal plan y que por lo tanto el diseño de un plan de importación sería de ayuda para ellos.

Pregunta N°16. ¿Estaría motivado a realizar una importación basándose en un plan que le facilite el proceso de importación?

Objetivo: evaluar la factibilidad de realizar un plan de importación de sistemas de bombeo de agua.

Tabla N° 18

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 36 | 62% |
| NO | 22 | 38% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°18.



Análisis: el 62% de los 58 encuestados indica que, si estaría motivado a realizar una importación con la ayuda de un plan, y el 38% dijo que no estaría motivado.

Interpretación: al interpretar este dato se puede observar que ese 62% está interesado en realizar este tipo de comercialización con la ayuda de un plan ya que de esta manera se les haría fácil llevar a cabo este proceso siguiendo todos los pasos que ahí se hayan establecido.

Pregunta N°17 ¿Considera usted que tiene ventajas importar un producto?

Objetivo: conocer si las personas consideran las importaciones de sistemas de bombeo de agua como una opción positiva para el negocio.

Tabla N° 19

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 46 | 79% |
| NO | 12 | 21% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°19



Análisis: Según como se refleja en el grafico un 79% de los encuestados consideran de mucha importancia ejecutar una importación y un 21% no considera ventajoso importar productos de otros países.

Interpretación: por los que se interpreta que a la mayoría de los encuestados les brinda ventajas beneficiosas el traer de otros países productos que no se fabrican en El Salvador, mientras que el resto coincidió en no conocer los beneficios de este tipo de comercialización.

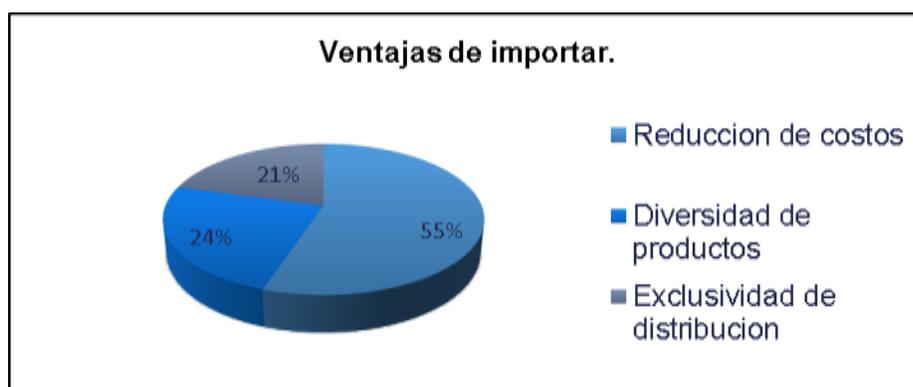
Pregunta N°18. ¿Cuál ventaja cree que tiene mayor incidencia para importar equipo hidráulico para bombeo de agua?

Objetivo: identificar que sería lo que motivaría a los empresarios a importar sistemas de bombeo de agua considerándola como la de mayor ventaja para su negocio.

Tabla N°20

| Ventaja | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------|------------|-------------|
| Reducción de costos | 32 | 55% |
| Diversidad de productos | 14 | 24% |
| Exclusividad de distribución | 12 | 21% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°20



Análisis: según la lectura del gráfico de los 58 encuestados un 55% considera que una de las ventajas que tiene mayor incidencia para importar un equipo hidráulico para bombeo de agua es la reducción de costos, a la vez el 24% respondió que es la diversidad de productos y para un 21% es la exclusividad de distribución.

Interpretación: al interpretar estos datos, la reducción de costos es lo que más incide para motivar a un empresario a importar debido a que al adquirirlos directamente de los países fabricantes les resulta más barato que fabricarlos en su país o adquirirlos de algún proveedor nacional. Luego para ese 24% que menciona la diversidad de productos como mayor ventaja, determinan que al importar equipo hidráulico encontrar diferentes tipos, estilos, y marcas es la variable más ventajosa para ellos y el 21% la exclusividad de distribución se vuelve para ellos no solo una ventaja, sino que una estrategia competitiva.

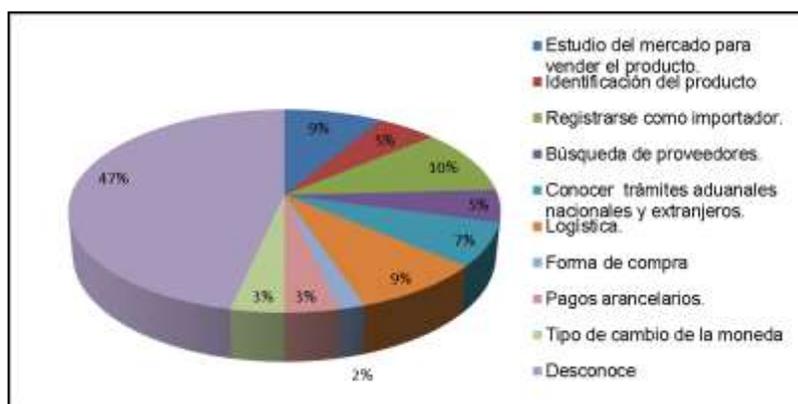
Pregunta N° 19. Ordene numéricamente los pasos que conoce para llevar a cabo una importación de sistemas de bombeo para agua.

Objetivo: identificar si los empresarios conocen el proceso de cómo importar los sistemas de bombeo de agua.

Tabla N°21

| Pasos | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|-------------|
| Estudio del mercado para vender el producto | 5 | 9% |
| Identificación del producto | 3 | 5% |
| Registrarse como importador | 6 | 10% |
| Búsqueda de proveedores | 3 | 5% |
| Conocer trámites aduanales nacionales y extranjeros | 4 | 7% |
| Logística | 5 | 9% |
| Forma de compra | 1 | 2% |
| Pagos arancelarios | 2 | 3% |
| Tipo de cambio de la moneda | 2 | 3% |
| Desconoce | 27 | 47% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N° 21



Análisis: un 47% desconoce de los pasos, un 53% distribuido así: un 10% en solo conocer, el registrarse como importador el 9% entre estudio de mercado para vender el producto y la logística, el 7% conocimiento de trámites aduanales, el 5% entre búsqueda de proveedores e identificación del producto, el 3% pagos arancelarios y tipo de cambio y el 2% formas de compra.

Interpretación: De las personas entrevistadas casi un 50% no tienen conocimiento del proceso debido a que la adquisición de este lo hacen localmente y no tienen la experiencia, luego el resto que lo componen un 53%, no tienen idea alguna de todos los pasos necesarios para llevar a cabo un proceso de importación, y esto significa que las personas solo conocen algunos de los pasos y no todos, de una forma ordenada y clara.

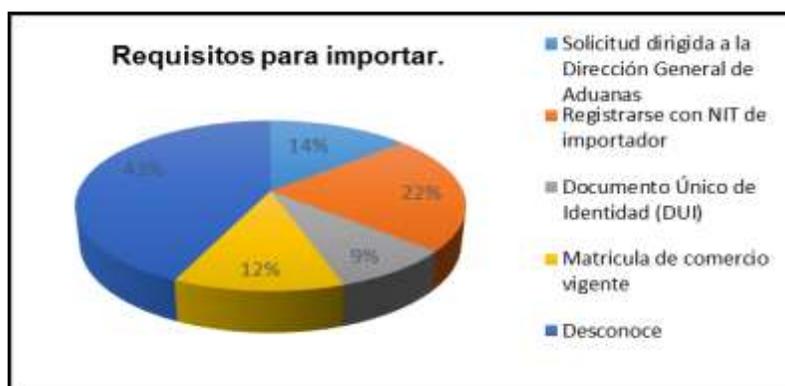
Pregunta N°20. ¿Sabe cuáles de los siguientes requisitos son necesarios para registrarse como importador?

Objetivo: evaluar el conocimiento de los empresarios acerca de los requerimientos para ser un importador.

Tabla N°22

| Requisitos | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|-------------|
| Solicitud dirigida a la Dirección General de Aduanas | 8 | 14% |
| Registrarse con NIT de importador | 13 | 22% |
| Documento Único de Identidad (DUI) | 5 | 9% |
| Matricula de comercio vigente | 7 | 12% |
| Desconoce | 25 | 43% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°22



Análisis: del siguiente grafico se puede observar que un 43% desconoce los requisitos para registrarse como importador un 22% sabe que es necesario el registrase con NIT de importador, 14% conoce como requisito la solicitud dirigida a la dirección general de aduanas, el 12% el tener una matrícula de comercio vigente y un 9% el DUI.

Interpretación: con estos datos se puede interpretar que en su mayoría las personas no conocen de los requisitos para registrase como importador debido a que nunca han realizado una importación; pero a la vez existen muchas personas que están conscientes que de todos los requisitos que se les mencionaron el registrarse con el NIT de importador es el requisito principal.

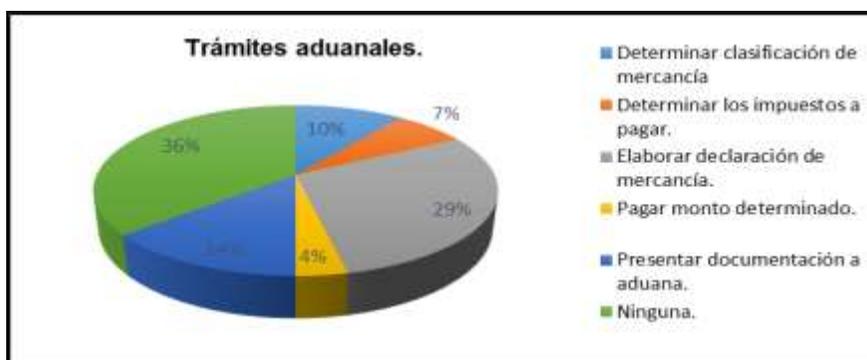
Pregunta N° 21. ¿De los trámites aduanales que se presentan, cuales son de su conocimiento?

Objetivo: identificar si las personas conocen sobre la logística del proceso de importación.

Tabla N°23

| Tramite | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------------|------------|-------------|
| Determinar clasificación de mercancía | 6 | 10% |
| Determinar los impuestos a pagar. | 4 | 7% |
| Elaborar declaración de mercancía. | 17 | 29% |
| Pagar monto determinado. | 2 | 3% |
| Presentar documentación a aduana. | 8 | 14% |
| Ninguna. | 21 | 36% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°23.



Análisis: de los 58 encuestados, el 36% representa a todos aquellos que no conocen ningún trámite aduanal, el 29% la declaración de mercancía el 14% sabe que en las aduanas hay documentación que presentar, un 10% logra determinar la clasificación de la mercancía un 7% los impuestos y un 4% el monto determinado por esa mercancía.

Interpretación: al interpretar esto todos aquellos que no conocen ningún trámite aduanal, es debido a que no importan, pero están motivados a llevar a cabo este proceso y por el otro lado se observa que de todos los enunciados que se les consulto solo lograron reconocer en su mayoría la declaración de mercancía como un trámite aduanal indispensable para llevar a cabo este proceso con todo esto podemos interpretar que las personas en su mayoría no tienen claro cuáles son los trámites aduanales que se necesita para importar.

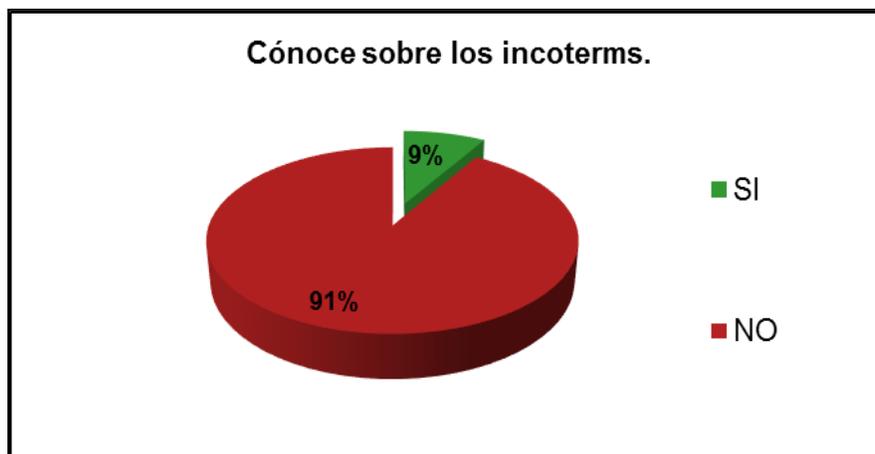
Pregunta N° 22. ¿Conoce acerca de las reglas de los incoterms y cuales utilizar en una importación?

Objetivo: identificar si las personas conocen sobre la logística del proceso de importación.

Tabla N°24

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 5 | 9% |
| NO | 53 | 91% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°24.



Análisis: según como nos muestra el grafico sobre el conocimiento de las reglas de los incoterms en una importación, de los 58 encuestados en su mayoría el 91% no conoce de estas reglas y solo un 9% sí.

Interpretación: Al analizar la información recolectada, se interpreta que estas personas necesitan conocer cuáles son esas reglas, cuando utilizarlas y cuáles son las beneficiosas para llevar a cabo una importación.

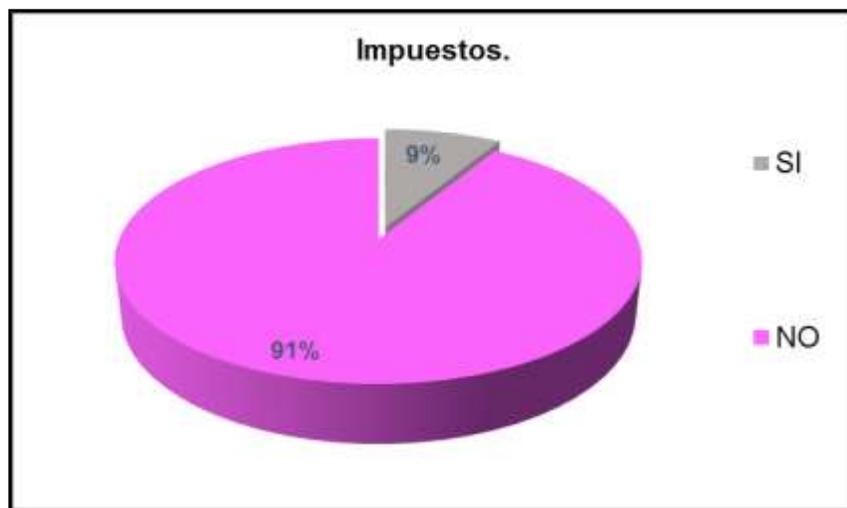
Pregunta N°23. ¿Sabe dónde cancelar los impuestos de importación?

Objetivo: identificar si las personas conocen sobre la logística del proceso de importación.

Tabla N°25

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 5 | 9% |
| NO | 53 | 91% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N°25



Análisis: en esta interrogante los encuestados en su mayoría respondieron no saber dónde cancelar los impuestos de importación que son un 91, y un tan solo 9% si conoce.

Interpretación: esto significa que ellos necesitan orientación de cuales lugares son los indicados para realizar estos pagos al realizar este proceso de importación, así como los montos que se cancelan.

Pregunta N°24. ¿Conoce los documentos necesarios para realizar una importación?

Objetivos: identificar si las personas conocen sobre la logística del proceso de importación.

Tabla N°26

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 5 | 9% |
| NO | 53 | 91% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Gráfico N° 26



Análisis: como se observa en este grafico a los encuestados se les preguntó si conocen los documentos necesarios para realizar una importación, reflejando que en su mayoría el 91% no conoce de esos documentos y solo un 9% sí los conoce.

Interpretación: con esto se puede definir que todas esas personas que mencionaban anteriormente no haber realizado una importación, son ellos los que no tienen este conocimiento, ellos necesitan conocer ¿Cuándo? ¿Dónde? y ¿para qué? presentar la documentación que se requiere para el proceso de importación.

2. Limitaciones de la investigación.

Por el tipo de producto fue un poco complicado encontrar ferreterías que distribuyan estos tipos de sistemas de bombeo de agua, debido a que los precios son altos, se requiere de gran inversión y no es un producto que se demande frecuentemente, es por ello que fue un tanto complicado encontrar ferreterías que los distribuyan y por ende, obtener la información necesaria.

3. Conclusiones y Recomendaciones de la investigación de campo.

3.1. Conclusiones de la investigación de campo.

- En base al análisis de los resultados obtenidos se puede concluir que un plan de importación de sistemas hidráulicos para bombeo de agua servirá de mucha ayuda a los comerciantes de estos productos a brindar información necesaria de cómo realizar el proceso.
- El porcentaje de empresas que no importan sistemas de bombeo de agua es mayor al porcentaje de las que si importan, y las personas que no importan no lo hacen porque no conocen el proceso para realizar esta actividad.
- Los empresarios de sistemas de bombeo de agua determinan como sus mayores competidores a las empresas que si importan, debido a que estas tienen mayores beneficios, ya que sus costos son menores, y así sus precios son más bajos en comparación a los que tienen los que adquieren los productos por medio de compras locales, ya que ellos se encargan del proceso de importación de dichos sistemas de bombeo de agua.
- La mayoría de los encuestados estarían motivados a realizar una importación con la ayuda de un plan, aclarando que es importante la realización de este, porque algunas empresas nunca han realizado esta actividad debido a que no tienen conocimiento de cómo hacerlo ni a que entidades visitar antes de convertirse en importador.

- Los empresarios estarían motivados a importar con la existencia de un plan de importación de sistema de bombeo de agua, ya que las importaciones para ellos tienen ventajas que los beneficiaría, resaltando que una de ellas y la que más se haría notar es la reducción de sus costos, y no dejando atrás otras como la diversidad de productos y la exclusividad de distribución como ventaja competitiva para ellos.
- Los encuestados desconocían los pasos para importar y no supieron contestar con certeza debido a que no realizan esta actividad comercial, es notable que las personas encargadas de empresas que comercializan sistemas de bombeo de agua no realizan una importación porque no conocen por donde comenzar, a quienes acudir y como complementar esta actividad comercial.
- Comparando los resultados de las preguntas 19, 20 y 21 se puede observar que la misma cantidad de personas respondió de forma similar, con ello se puede observar que dichas personas no conocen sobre el proceso de logística de importación referentes a incoterms, cancelación de impuestos y documentación requeridos, de allí se puede confirmar que el plan será de mucha ayuda.

3.2. Recomendaciones de la investigación de campo.

Con la investigación de campo realizada se permitió conocer cuáles son las deficiencias que tienen los comerciantes de sistemas de bombeo de agua para realizar una importación, por lo cual se recomienda lo siguiente:

- Diseñar un plan de importación en el que se facilite la importación de un producto ya que a través de este las personas que deseen hacerlo tendrán una guía sobre los pasos a seguir para lograr y concluir un proceso de importación lógico.
- Crear en este tipo de negocio que comercializan sistemas de bombeo de agua, un departamento o personal idóneo encargado de realizar el proceso de importación.

- Capacitar al personal encargado de importar sobre la normativa, requisitos que lleva un proceso de importación desde convertirse en una empresa importadora hasta culminar el proceso de importar.
- Contactar un agente aduanal con la suficiente experiencia y agilidad para facilitar el proceso de importación en los tiempos establecidos.
- Analizar el mercado conociendo los productos que más se demandan y de esa forma no recurrir a importar productos que no son tan demandados e incurrir en costos innecesarios.
- Ejemplificar los términos INCOTERM, para saber cuál utilizar, según las obligaciones de las partes (comprador- vendedor).
- Darles a conocer toda la documentación necesaria en cada paso que lleva ejecutar la importación.

E. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL CAPITULO DOS.

1. Conclusiones del capítulo dos.

- Se concluye con respecto a lo estudiado en este capítulo, que los empresarios que no realizan una importación se ven afectados en la negociación con sus clientes, esto por la sensibilidad de los precios que se hace notable al adquirir los productos a través de distribución nacional, a que los adquieran directamente del país fabricante.
- La rivalidad entre competidores existentes es baja ya que se resalta que para los empresarios, esas empresas que importan son su mayor competencia.
- Se determina que la entrada de nuevos competidores al mercado de sistemas para bombeo de agua sería más notable con la creación de un plan de importación, ya

que los empresarios al tener conocimiento de un plan, se verían motivados a realizar este proceso.

- El importar los empresarios lo consideran ventajoso en el sentido que resaltan la reducción de costos al adquirir estos productos y entre más poder de negociación con el proveedor, mayor se verá reflejada en la variable precio.

2. Recomendaciones del capítulo dos.

- Aprovechar la aceptación que los empresarios demuestran ante el diseño de un plan de importación y mejorar así el posicionamiento como empresa con respecto a precios.
- Mejorar las estrategias de negociación con sus clientes importando productos de calidad y mejores precios por la adquisición directa fabricante-empresa.
- Es necesario incluir en el proceso de importación la búsqueda de proveedores en el exterior para que las empresas sepan a donde cotizar precios y así mejorar la negociación con sus proveedores y con sus clientes.
- Crear el plan de importación de sistemas hidráulicos para bombeo de agua, para contribuir a brindar el conocimiento respectivo a los empresarios que consideren tener ventajas al importar estos productos.

CAPITULO

III

CAPITULO III.

PLAN DE IMPORTACIÓN DE SISTEMAS HIDRÁULICOS FABRICADOS EN CENTRO Y SUR AMÉRICA.

1. GENERALIDADES.

Los sistemas de bombeo de agua en El Salvador, son un elemento esencial para la distribución, filtración y limpieza del vital líquido “el agua”. Este tipo de producto hoy en día es demandado para distintos usos como, por ejemplo: para usos domésticos, riegos, filtrar-limpiar.

De estos sistemas de bombeo los más demandados son por agricultores para regar sus cultivos en tiempos de sequía, y los sistemas de bombeo de agua para usos domésticos. Los empresarios encargados de comercializar estos productos en El Salvador en su mayoría los adquieren a través de grandes distribuidoras, por ejemplo: Viduc, Freund, Hidrosagarra, entre otros.

Esto resalta que existen competidores fuertes en el mercado de sistemas de bombeo de agua, mientras ellos los importan, los comerciantes pequeños les queda solo adquirirlos de estas grandes empresas y competir además con la diversidad de productos que estas tienen y el fácil poder de negociación que ellos brindan a sus clientes.

Para satisfacer la demanda de este sector es necesario contar con sistemas de bombeo de agua en el que se valoren características como precio y calidad debido a que son características propias que los demandantes de este producto exigen.

En este capítulo se presenta la propuesta de un Plan de Importación de Sistemas Hidráulicos fabricados en Centro y Sur América para ayudar a los empresarios a mejorar su forma de adquirir este producto y abrirle las puertas a aquellos empresarios que nunca han importado un producto y mejorar así sus estrategias de competir con los que consideran sus grandes competidores, según la investigación que se realizó se concluyó que no tienen conocimiento de un plan de importación que les facilite el proceso tanto para los que ya importan como para los que nunca lo han hecho. Dentro de la propuesta se presentan los pasos esenciales para llevar a cabo una importación incluyendo los

lugares donde realizar trámites, y la documentación que le corresponde en cada instancia esto para que el que desea llevar a cabo una importación sepa que hacer primero y sentirse motivado a que tiene una guía donde puede visualizar los pasos que conlleva este tipo de comercialización de producto.

2. ALCANCE.

Este plan ha sido creado para ser implementado por los comerciantes de sistemas de bombeo de agua, el cual ayudará a facilitar el proceso de importación, que es una actividad que trae ventajas a estos como la reducción de costos y la diversidad de productos en sus empresas.

Por medio del plan se potenciarán las importaciones además se dará a conocer los diferentes fabricantes de Sur América, por supuesto el proceso para contactar con ellos y concretar una importación, así como también se conocerán los pasos desde cómo convertirse en importador hasta el desaduanaje de la mercadería.

A través de la investigación de campo, se detectó que los comerciantes de sistemas de bombeo de agua, están interesados en conocer y saber sobre los pasos de cómo realizar una importación dado que todos manifestaron no conocer sobre un plan de importación de estos productos fabricados en Sur América.

3. POTENCIAL DEL MERCADO SALVADOREÑO DE SISTEMAS DE BOMBEO DE AGUA.

El mercado de sistema de bombeo de agua está compuesto por aquellas empresas que comercializan este producto ejemplo de ellas son las ferreterías y empresas dedicadas específicamente a la distribución de estos. Este tipo de comerciantes consideran que la calidad y el precio son los factores que más inciden en sus clientes al momento de hacer una compra.

3.1 Perfil estratégico del mercado

- Mediana empresa: se toma en cuenta este sector porque son de las empresas más representativas en El Salvador, así como por su capacidad de comercialización y la oportunidad de desarrollo que tienen.
- Que distribuya sistemas de bombeo de agua: esta empresa debe tener dentro de su cartera de negocio sistemas de bombeo de agua.
- Interés por la importación de estos productos: que las medianas empresas opten por este tipo de comercialización ya que sus beneficios se verán reflejados en los costos y variedad del producto.
- La forma de comercializarlos es a través de salas de ventas, salvo los casos de las bombas con fines industriales o agrícolas para las cuales se debe disponer de una fuerza de ventas que desarrolle una venta bussines to customer (B2C)
- Algunos oferentes tienen presencia en algunos departamentos del país, pero no así la mayoría que solamente cuentan con presencia en San Salvador

3.2 Producto

Existe una gran variedad de estos productos entre ellos están las cisternas, achicadoras, para piscina y las sumergibles, pero los que más se comercializan en El Salvador son las cisternas para uso doméstico y las achicadoras que son utilizados por los agricultores.

BOMBAS CENTRIFUGAS PARA FINES RESIDENCIALES

Estas generalmente se emplean para bombear agua de cisternas para usos hogareños. Se requiere de un pozo fabricado al cual se conecta la bomba con sus accesorios (tuberías, granada, Valvula check, instalación eléctrica, filtro, etc) y se distribuye el agua hacia las diferentes válvulas de uso de la casa.

BOMBAS CENTRIFUGAS CON FINES DE ACHICAR AGUA DE POZO

Estas son con fines de achicar agua de pozos o de inundaciones, a estas se le emplea para hacer evacuaciones de agua de lugares no deseados como una inundación por lluvias, o por exceso de agua en los terrenos, por rebalses y similares.

Para ambas se determinó que existe un mercado con una demanda creciente y es a estos mercados hacia los cuales se pretende servir con la importación de las mismas, pero tomando como ejemplo para la importación serán las *bombas centrifugas para fines residenciales*.

BOMBAS CENTRIFUGAS PARA CISTERNAS

Descripción Del Producto

- Bomba volumétrica para cisterna
- Ofrece altas presiones en comparación a la baja potencia
- Calificada para aplicaciones domésticas, para aumentar la presión del sistema en acueductos y para la distribución automática del agua
- Protección térmica
- Bobina de cobre
- Para el funcionamiento correcto de la bomba, se recomienda el uso solo de líquidos no agresivos, sin impurezas sólidas.



Especificaciones Técnicas

| Atributo | Detalle |
|----------------------------------|------------------------|
| Potencia (hp) | 0.5 caballos de fuerza |
| Potencia (kw) | 0.37 kilowatts |
| Flujo máximo (litros por minuto) | 40 litros por minuto |
| Diámetro de entrada/salida | 1 pulgada/1 pulgada |

| | |
|--------------------------|---|
| Condiciones de operación | Temperatura del líquido: hasta 60° centígrados; temperatura ambiente: hasta 40° centígrados |
| Voltaje | De 110 a 230 voltios |
| Caudal máximo de agua | 40 litros por minuto |

3.3 Demanda

La demanda de los sistemas de bombeo de agua depende de distintas variables que inciden a la hora de compra de estos productos, por ejemplo:

- El precio: Que es una de las variables que el cliente valora mucho en el mercado de sistemas de bombeo de agua. Existen variedad de precios que van de acuerdo a estilos, marcas y potencias el cliente puede elegir el que más se adapte a su economía. Los precios bajos o épocas de promociones o descuentos hacen que la demanda aumente.
- Frecuencia de compra: Este es un elemento importante ya que da la pauta para conocer la rotación de venta que tienen los sistemas de bombeo de agua en el país.

Dentro de la frecuencia de compra se evalúan factores como:

- Licitaciones: las licitaciones que realizan entidades no gubernamentales o privadas por ejemplo adecos, empresas industriales, juntas rurales de agua entre otros.
- Gustos y preferencias: según el estudio que se realizó los comerciantes a la hora de adquirir sistemas de bombeo de agua lo que tendrían a disposición para sus clientes finales sería lo siguiente:
 - Las bombas para cisternas que son al igual que las achicadoras de las más buscadas por los clientes que representaron en el estudio un 22% de preferencia.

Los precios de las bombas para el caso de El Salvador se reflejan así:

Cuadro 13.

| Precios de las bombas | |
|-------------------------------------|----------|
| Bomba para Cisterna precio promedio | \$350.00 |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

Se muestran un cuadro de la demanda anual de sistemas de bombeo de agua en El Salvador y se presenta el cálculo a continuación:

Cuadro 14.

| Calculo de venta de sistema de bombeo de agua residencial | |
|---|---|
| Volumen de venta mensual para sistema de bombeo de agua residencial | Volumen de venta en cantidades x precio promedio de bomba residencial. $20 \times 350.00 = \$7000.00$ |
| Volumen de venta anual para sistema de bombeo de agua residencial | Volumen de venta en cantidades mensual x doce meses $20 \times 12 = 240$ sistemas de bombeo Numero de sistemas de bombeo durante los doce meses x el precio promedio de venta $240 \times \$350.00 = \84000.00 |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

3.4 Competencia.

La competencia en este mercado considera a todos aquellos comerciantes que compran en el exterior, mejor conocidos como comerciantes proveedores y distribuidores de estos productos, por ejemplo:

Cuadro 15.

| Empresa | Productos o servicios | Ubicación |
|--------------|--|--------------|
| VIDRI | Tiene muchos departamentos ferreterías, construcción, fontanería, y comercializa lo que son las bombas para cisternas, piscina, sumergible, achicadora y para fuente | San Salvador |
| SAGRISA | Se enfoca en productos para el sector agrícola entre ellos Equipos de bombeo para el sector agrícola | San Salvador |
| HIDROSAGARRA | Comercialización de equipos de bombeo de agua así como el tratamiento y mantenimiento de estas. | San Salvador |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

4. REQUERIMIENTOS PARA CONVERTIRSE EN IMPORTADOR

En este apartado se resaltan todos los pasos que un empresario debe reunir para convertirse en importador, se detalla el nombre del trámite que se realizará, que es lo primero que debe saber a dónde llegar para solicitar la respectiva documentación, luego se detalla la duración del trámite que es muy importante saber para que la personas

calendarice este proceso de cuánto tiempo necesitará para culminar cada trámite, el costo para que las personas hagan un presupuesto de cuánto costará cada trámite y los requisitos que debe cumplir para poder obtener la respectiva documentación en proceso.

4.1 Solicitud de Inscripción o Actualización de datos.

Documento que debe ser llenado con todos los datos generales de la persona interesada en convertirse en importador/a, cuando es para inscribirse detallará todos los datos que este formulario le pida y si este ya es un importador y necesita actualizar alguna información referida a la importación deberá llenarlo, pero señalando que es una actualización de datos.

Cuadro 16.

| | |
|-------------------|--|
| Nombre: | Solicitud de inscripción o Actualización de datos |
| Lugar del tramite | Oficina del Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones (CIEX), ubicada en el Edificio Principal del Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR), situado sobre la Alameda Juan Pablo II, entre 15ª y 17ª Avenida Norte, San Salvador. |
| Duración | 1 hora. |
| Costo. | Sin costo |

Fuente: aporte del grupo de investigación

4.2 Número de Identificación Tributaria (NIT) de importador.

A través de este número la persona será identificada no solo como una persona natural sino como una persona importadora del cual para efectos tributarios le identifica como un

contribuyente, este número es único y permanente del cual una vez expedido no puede asignársele o reasignársele a otra persona.

Cuadro 17.

| Nombre: | Número de Identificación Tributaria (NIT) de importador |
|-------------------|---|
| Lugar del tramite | Ministerio de Hacienda. |
| Duración | 10 minutos. |
| Costo. | Primera vez USD \$1.40. Modificación o reposición USD \$4.20 |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

4.3 Documento Único de Identidad.

Este documento es importante ya que es el que identifica a toda persona salvadoreña en cualquier parte del mundo. Este documento es uno de los requisitos para poder convertirse en importador es decir ningún menor de edad podrá solicitar convertirse en un importador.

Cuadro 18.

| Nombre: | Documento Único de Identidad (DUI). |
|-------------------|---|
| Lugar del tramite | DUICentro. |
| Duración | 1 hora. |
| Costo. | Sin costo la primera vez. Para renovar \$10.31 |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

4.4 Tarjeta de Contribuyente del IVA.

Esta tarjeta contiene un número el cual será identificado tributariamente y es donde el Ministerio de Hacienda lleva un registro de todos sus movimientos fiscales. Para convertirse en un importador este número de registro es muy importante ya que a través de este, las respectivas autoridades llevan un control de toda persona importadora que introduzca mercadería al país y la comercialice.

Cuadro 19.

| | |
|-------------------|---|
| Nombre: | Tarjeta de contribuyente del IVA. |
| Lugar del trámite | Ministerio de Hacienda. |
| Duración | 10 minutos |
| Costo. | Sin costo |
| Rquisitos. | <p>N.I.T. y DUI.</p> <p>Para extranjeros pasaporte vigente (original y fotocopia)</p> <p>Contrato de arrendamiento de local (si no es propio y si aplica al sector); original y fotocopia</p> <p>Recibos de agua o luz o teléfono (original y fotocopia) que confirmen las direcciones de casa matriz y notificaciones a consignar en F-210.</p> <p>Balance inicial con activo mínimo de \$2,286.00 elaborado de acuerdo a las disposiciones establecidas en el art. 437 del Código de Comercio: activo menor de \$11,428.57 firmado por contribuyente; activo mayor de \$11,428.57 firmado por contribuyente y contador.</p> <p>Para profesionales.</p> <p>Fotocopia simple y legible de Título Profesional extendido por Universidad. Si es título emitido en el extranjero debe estar convalidado</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>en el Ministerio de Educación.</p> <p>Colocar en el F-210 relacionada con la profesión del título universitario.</p> |
|--|---|

Fuente: aporte del grupo de investigación.

4.5 Inscripción de balance.

Toda persona que desea convertirse en importador deberá tener inscrito su balance en las respectivas oficinas en los cuales se detalla la situación financiera de la empresa.

Cuadro 20.

| Nombre | Inscripción de balance |
|-------------------|--|
| Lugar del tramite | Centro Nacional de Registro |
| Duración | 1 día |
| Costo. | \$17.14 |
| Requisito. | Llevar balance general lleno y auditado. DUI Y NIT. |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

4.6 Matricula de Comercio Individual.

Es un documento con el cual se hace constar que legalmente el negocio está registrado y tiene todo lo que respecta a la empresa en orden.

Cuadro 21.

| Nombre: | Matricula de comerciante individual |
|-------------------|-------------------------------------|
| Lugar del tramite | Centro Nacional de Registros |
| Duración | 1 mes. |

| | |
|-------------|---|
| Costo. | Depende del valor del activo. |
| Requisitos. | <p>Persona Natural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solicitud con todos los datos del Propietario de la Empresa y de sus Agencias, Locales o Sucursales. • Recibo original de derechos de Registro • Fotocopia de NIT, DUI del Propietario de la Empresa • Registro de Contribuyente de IVA <p>Persona Jurídica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solicitud con todos los datos del Representante Legal de la Empresa y de sus Agencias, Locales o Sucursales. • Recibo original de derechos de Registro • Fotocopia de NIT, DUI del Representante Legal de la Empresa • Registro de Contribuyente de IVA <p>Casos especiales para las Presentaciones en el Departamento de Matrículas</p> <ul style="list-style-type: none"> • En caso que se actúe como Apoderado deberá presentar Poder inscrito en el Registro de Comercio o relacionarlo en la Solicitud de Matrícula. • Si la solicitud no es presentada por el Representante Legal (en el caso de las Sociedades) o el Propietario de la Empresa (para las personas naturales) deberá llevar Autentica de firma (Art. 54 Ley del Notariado). |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

4.7 Escritura de Constitución de la empresa

Con este documento es el que nace una empresa donde se detallan inicio de operaciones, representantes, nombre del negocio, la finalidad y es con este documento con el que llevan a cabo la matrícula de la empresa.

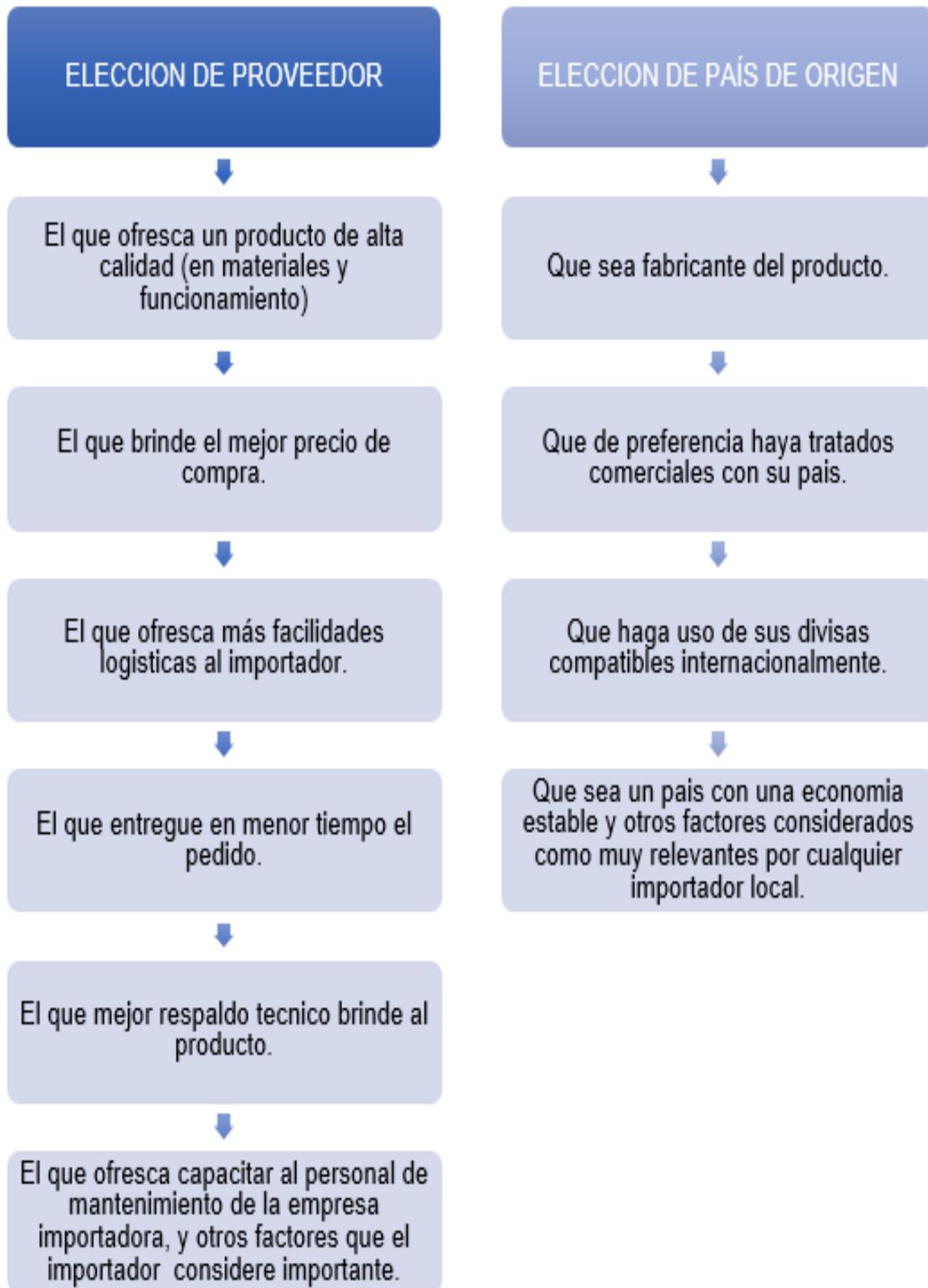
Cuadro 22.

| Nombre | Escritura de Constitución de la empresa |
|-------------------|--|
| Lugar del trámite | Centro Nacional de Registros |
| Duración | 15 días. |
| Costo. | \$150 |
| Requisito. | <ul style="list-style-type: none"> • NIT de los socios. • DUI de los socios. • Nombre con el que se pretende nombrar a la sociedad. • Giro o actividad principal a la que se dedicaran. • Capital social. • Porcentaje de participación accionaria para cada socio. • Quien será el representante legal. • Quien será el representante suplente. • Como estará conformada la junta directiva. |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

5. ANÁLISIS DEL MERCADO INTERNACIONAL.

Este análisis servirá para delimitar nuestro mercado, es decir hacia donde queremos llegar en este caso de donde se quiere traer productos para El Salvador, conocer quiénes serán los proveedores con los que se estará negociando, la forma de clasificarlos y elegirlos. El mejor proveedor será aquel que brinde las mejores condiciones de compra, y de igual forma la elección del país fabricante dependerá también de ciertos factores que se presentan a continuación:



Fuente: Aporte del grupo de investigación.

Figura 11.

5.1 Búsqueda de fabricantes de sistemas de bombeo de agua.

El comerciante importador debe traer el producto de países donde estos se fabriquen, pero lo más usual que se da en El Salvador es importar de Estados Unidos de Norte América o de China. Sin embargo, uno de los elementos críticos en los cuales se debe pensar a la hora de importar es en el costo del producto y cuando se trae el producto de más lejos este se incrementa, si no se logra abatir costos no se puede competir atinadamente en el sector industrial.

5.1.1 Países fabricantes de sistemas de bombeo de agua Centro y Sur América.



CENTROAMERICA

Una opción viable es importar las bombas centrífugas de Centro o de Sur América, pero la investigación realizada arrojó que en Centro América no se fabrican estos productos solo existiendo en la región distribuidores que lo comercializan nada más, no siendo estos fabricantes propios de sistemas de bombeo de agua es por esa razón que la investigación al

final se centra en los países de Sur América de los cuales solo en cuatro países tenemos fabricantes propios de sistemas de bombeo de agua como lo son:

- Brasil
- Argentina
- Chile y
- Colombia.



BRASIL

Es la 22º mayor economía de exportación en el mundo y la 56º economía más compleja según el Índice de Complejidad Económica (ECI).

El PIB de Brasil fue de \$ 2,25 Billones y su PIB per cápita fue de \$ 15 Miles.

Balanza comercial

A partir de 2013 Brasil tenía una balanza comercial positiva de \$ 9,2 Miles de millones en las exportaciones netas. En comparación con su balanza comercial en 1995, cuando tenían una balanza comercial negativo de \$ 4,26 Miles de millones en las importaciones netas.

Importaciones

En 2013 Brasil importó \$ 238 Miles de millones, por lo que es el importador más grande de 20º en el mundo. Durante los últimos cinco años las importaciones de Brasil han incrementado a una tasa anualizada del 6,6%, de \$ 173 Miles de millones en 2008 a \$ 238 Miles de millones en 2013.

Exportaciones

En 2013 Brasil exportó \$ 247 Miles de millones, por lo que es el exportador más grande de 22º en el mundo. Durante los últimos cinco años las exportaciones de Brasil han incrementado a una tasa anualizada del 3,7%, de \$ 205 Miles de millones en 2008 a \$ 247 Miles de millones en 2013.

Complejidad económica de Brasil

La economía de Brasil tiene un Índice de Complejidad Económica (ECI) de 0,152, por lo que es el país más complejo 56º. Brasil exporta 187 productos con ventaja comparativa revelada.

El ranking de Complejidad Económica de Brasil creció 21 posiciones en los últimos 49 años, de 77º en 1964 hasta 56º en 2013



ARGENTINA

Es la 46º mayor economía de exportación en el mundo y la 53º economía más compleja según el Índice de Complejidad Económica (ECI).

El PIB de Argentina fue de \$ 609 Miles de millones y su PIB per cápita fue de \$ 14,7 Miles.

Exportaciones

Argentina exportó \$ 76,3 Miles de millones, por lo que es el exportador más grande de 46º en el mundo. Durante los últimos cinco años las exportaciones de Argentina han incrementado a una tasa anualizada del 1,4%, de \$ 71,2 Miles de millones en 2008 a \$ 76,3 Miles de millones en 2013.

Importaciones

En 2013 Argentina importó \$ 73,1 Miles de millones, por lo que es el importador más grande de 44º en el mundo. Durante los últimos cinco años las importaciones de Argentina han incrementado a una tasa anualizada del 5,8%, de \$ 55 Miles de millones en 2008 a \$ 73,1 Miles de millones en 2013.

Balanza comercial

A partir de 2013 Argentina tenía una balanza comercial positiva de \$ 3,27 Miles de millones en las exportaciones netas. En comparación con su balanza comercial en 1995, cuando tenían una balanza comercial negativo de \$ 228 Millones en las importaciones netas.

La economía de Argentina tiene un Índice de Complejidad Económica (ECI) de 0,187, por lo que es el país más complejo 53º. Argentina exporta 192 productos con ventaja comparativa revelada

Ranking de Complejidad Económica

decreció 12 posiciones en los últimos 49 años, de 41º en 1964 hasta 53º en 2013.



CHILE

Es la 42º mayor economía de exportación en el mundo y la 67º economía más compleja según el Índice de Complejidad Económica (ECI).

El PIB de Chile fue de \$ 277 Miles de millones y su PIB per cápita fue de \$ 21,9 Miles.

Exportaciones

En 2013 Chile exportó \$ 79,4 Miles de millones, por lo que es el exportador más grande de 42º en el mundo. Durante los últimos cinco años las exportaciones de Chile han incrementado una tasa anualizada del 3,2%, de \$ 67,8 Miles de millones en 2008 a \$ 79,4 Miles de millones en 2013.

Importaciones

En 2013 Chile importó \$ 77,9 Miles de millones, por lo que es el importador más grande de 40º en el mundo. Durante los últimos cinco años las importaciones de Chile han incrementado a una tasa anualizada del 4,7%, de \$ 61,8 Miles de millones en 2008 a \$ 77,9 Miles de millones en 2013

Balanza comercial

A partir de 2013 Chile tenía una balanza comercial positiva de \$ 1,52 Miles de millones en las exportaciones netas. En comparación con su balanza comercial en 1995, cuando todavía tenían una balanza comercial positivo de \$ 901 Millones en las exportaciones netas.

La economía de Chile tiene un Índice de Complejidad Económica (ECI) de -0,132, por lo que es el país más complejo 67º. Chile exporta 122 productos con ventaja comparativa revelada

Ranking de Complejidad Económica

decreció 29 posiciones en los últimos 49 años, de 38º en 1964 hasta 67º en 2013.



COLOMBIA

Es la 53^o mayor economía de exportación en el mundo y la 54^o economía más compleja según el Índice de Complejidad Económica (ECI).

El PIB de Colombia fue de \$ 378 Miles de millones y su PIB per cápita fue de \$ 12,4 Miles.

Exportaciones

Colombia exportó \$ 61,2 Miles de millones, por lo que es el exportador más grande de 53^o en el mundo. Durante los últimos cinco años las

exportaciones de Colombia han incrementado a una tasa anualizada del 8%, de \$ 41,7 Miles de millones en 2008 a \$ 61,2 Miles de millones en 2013.

Importaciones

En 2013 Colombia importó \$ 57,3 Miles de millones, por lo que es el importador más grande de 51^o en el mundo. Durante los últimos cinco años las importaciones de Colombia han incrementado a una tasa anualizada del 7,6%, de \$ 39,8 Miles de millones en 2008 a \$ 57,3 Miles de millones en 2013.

Balanza comercial

Colombia tenía una balanza comercial positiva de \$ 3,85 Miles de millones en las exportaciones netas. En comparación con su balanza comercial en 1995, cuando tenían una balanza comercial negativo de \$ 2,97 Miles de millones en las importaciones netas

La economía de Colombia tiene un Índice de Complejidad Económica (ECI) de 0,171, por lo que es el país más complejo 54^o. Colombia exporta 114 productos con ventaja comparativa revelada

Ranking de Complejidad Económica

El ranking de Complejidad Económica de Colombia decreció 11 posiciones en los últimos 49 años, de 43^o en 1964 hasta 54^o en 2013.

DIRECTORIO DE EMPRESAS FABRICANTES DE SUR AMERICA.

Cuadro 23.

| EMPRESA | PAIS | CONTACTO |
|--|-----------|---|
| Aeration Industries Argentina S.A | ARGENTINA | AV.Santa Fe 782, Martinez, Buenos Aires, Argentina. Tel: +54 11 4742- 9559 Pag Web: www.eration.com.ar Correo: aeration@aeration.com.ar |
| BARNES DE COLOMBIA S.A | Colombia | Bodegas 86 y 93 Autopista Bogota medellin km 7 costado Occidental Antes de peaje de Siberia. Tel (+57-1) 743 9090 Fax (+57-1) 742 6825 Pag Web www.barnes.com.co correo |
| DOLZ ARGENTINA | ARGENTINA | Ciudadela Provincia de Buenos Aires. Tel +54 1144882849 Pag Web: www.idolz.com.ar Correo: inf@idolz.com.ar |
| Engineering solutions for water management | colombia | Albornoz, km 4 via Mamonal, Cartagena, Colombia-Sur America Tel. 668-9300 Pag. Web www.etecsa.com Correo info@etecsa.com |
| FABRICA DE BOMBAS DIANA, INDUSTRIA MECANICA. | CHILE | Padre orellana 1179 - Santiago Chile. Tel 02-447 1010 Fax 02-247 3046 Pag Web www.bombasdiana.cl Correo: arione@bombasdiana.cl y ventas@bombasdiana.cl |
| FERRARI | BRASIL | FERRARI, Rodovia Rapaso Tavares, 21042-km 21 Granja Viana- Cotia Sau Paulo-SP Ao lado do RODOANEL Fone/fax (11) 2105-7500 |
| IMBIL, Solucoes em Bombeamento | BRASIL | Audi Jacobo Stree, 690-Vila Izaura Itapira- SP - Brasil. Tel 3843 9809 Pag Web www.imbil.com.br Correo export@imbil.com.br |
| KSB Companhia Sudamericana de Bombas S.A | BRASIL | Audi Jacob Street, 690 - Vila Izaura, Itapira - SP - Brasil. Tel +54 11 4766 3021/-3121/ - 3121 Fax +54 11 476-5449 Pag Web www.ksb.com |
| VOGT S.A | CHILE | Casa Matriz, Santiago de Chile. Alvarez de Toledo N°669, San Miguel. Tel: +56228291200 Pag. Web: www.vogt.cl Correo: vogt@vogt.cl |
| ZORZUT Fabricante & Exportador de Bombas de Agua. | Argentina | Chubut 3045(1824) Lanus Oeste- Buenos Aires Tel 4262-0450/7552/6956 Pag.web zorzutindustrias.com correo zorzut@infovia.com.ar |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

5.1.2 Criterios para seleccionar un fabricante.

A la hora de seleccionar un fabricante se deben evaluar ciertos criterios, dependiendo de las necesidades e intereses de cada empresario, es por ello que se deja a su discreción, la evaluación de cada uno de esos aspectos que a continuación se presentan.

► IDIOMA.

| | | | | |
|--------|------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| IDIOMA | Brasil | Argentina | Colombia | Chile |
| | Portugués <input type="checkbox"/> | Español <input type="checkbox"/> | Español <input type="checkbox"/> | Español <input type="checkbox"/> |

► DISTANCIA

| | |
|-----------|-------------|
| Brasil | 5.144,41 km |
| Argentina | 6.375,83 km |
| Colombia | 1.922,14 km |
| Chile | 5.794,51 km |

► CALIDAD (GARANTIA).

Si tiene gran durabilidad, si los materiales utilizados son de primera clase, si brinda grandes beneficios.

► **TIEMPO DE TRANSITO.**

Se debe evaluar el tiempo que se tardará el fabricante en entregar el producto, según la distancia desde el país de origen hacia el país de destino, y la capacidad de producción para abastecer al solicitante.

| PAIS | TIEMPO DE TRANSITO |
|-------------|---------------------------|
| Brasil | 13 días |
| Argentina | 17 días |
| Chile | 7 días |
| Colombia | 4 días |

► **PRECIO DE COMPRA.**

El importador debe evaluar que opción es más conveniente, de acuerdo a los precios que ofrecen y la capacidad que tiene el comprador, de acuerdo a esos precios.

| DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO | PAÍS | PRECIO |
|---------------------------------|-------------|---------------|
| Bomba centrífuga 1hp | Brasil | \$78.83 |
| Bomba centrífuga 1hp | Argentina | \$142.00 |
| Bomba centrífuga 1 hp | Chile | \$93.00 |
| Bomba centrífuga 1 hp | Colombia | \$179.00 |

► **TIPO DE CAMBIO.**

El importador debe evaluar los beneficios que brinda el tipo de cambio de una moneda, cuando esta, está devaluada, es decir paga menos en dólares y el valor en la moneda del país importador es mayor; o es revaluada, significa que tiene que pagar más dólares, por una menor cantidad en la moneda del país de origen.

| | |
|-----------------|------------------------------|
| Real brasileño | R\$ 1 = US\$ 1 \$0.24 |
| Peso argentino | ₳ 1 = US \$ 0,07299 |
| Peso colombiano | COL\$ 1 = US \$1 \$ 0.000296 |
| Peso chileno | \$1 = US \$ 0.001378 |

► **DESEMPEÑO LOGISTICO**

Refleja las percepciones de la logística de un país basado en la eficiencia del proceso de despacho de aduana, la calidad de la infraestructura relacionada con el comercio y el transporte, la facilidad de acordar embarques a precios competitivos, la calidad de los servicios logísticos, la capacidad de seguir y rastrear los envíos. Estos tienen una medición del 1 al 5 siendo el 5 el puntaje más alto y el que representa mayor desempeño logístico.

| PAIS | INDICE DE DESEMPEÑO LOGISTICO |
|------------------|--------------------------------------|
| Brasil | 2.94 |
| Argentina | 2.99 |
| Chile | 3.26 |
| Colombia | 2.64 |

5.1.3 Modelo de cotización con países fabricantes.

San Salvador, 14 de marzo de 2016.

Señores
Empresa XYZ

Nuestra empresa está interesada en importar equipo de bombeo de agua y por ellos solicito muy cordialmente una cotización de los precios que su empresa ofrece de los siguientes productos:

- Bombas Achicadoras.
- Cisternas.
- Bombas sumergibles.
- Bombas para piscinas.

Adicionalmente deseo conocer la forma de pago, el medio utilizado para el despacho y el tiempo de entrega.

Atentamente:

Jorge Orlando Flores

Gerente Comercial.

5.1.4 Elección del Mercado Favorable.

Tabla 27.

| CRITERIOS \ PAISES | PORCENTAJE | BRASIL | ARGENTINA | COLOMBIA | CHILE |
|---------------------|------------|--------|-----------|----------|-------|
| IDIOMA | 5% | | | | |
| DISTANCIA | 5% | | | | |
| CALIDAD | 20% | | | | |
| TIEMPO DE TRANSITO | 20% | | | | |
| PRECIO DE COMPRA | 25% | | | | |
| TIPO DE CAMBIO | 5% | | | | |
| DESEMPEÑO LOGISTICO | 20% | | | | |
| TOTAL | 100% | | | | |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

Esta tabla muestra un ejemplo de los posibles porcentajes que se le dan a los criterios que influyen para elegir el mercado favorable, el importador debe evaluar cada criterio y si considera necesario, puede cambiar dichos porcentajes propuestos, además el interesado debe dar una nota ponderada a cada criterio, el rango que se propone es de 1 a 5, siendo 1 el de menor valor, y 5 de mayor valor.

Para este caso se procede a la elección del mercado favorable de acuerdo a los criterios antes descritos por cada país y a su perfil de cada país Sur Americano descrita anteriormente, aunque el comerciante puede evaluar de la manera que mejor le parezca de acuerdo a sus necesidades para este caso de importación quedara reflejada la elección del mercado de la siguiente manera:

Tabla 28.

| CRITERIOS | PAISES | | | | | | | | |
|---------------------|------------|------|--------|------|-----------|------|----------|------|-------|
| | PORCENTAJE | | BRASIL | | ARGENTINA | | COLOMBIA | | CHILE |
| IDIOMA | 5% | 0.1 | 2 | 0.1 | 2 | 0.1 | 2 | 0.1 | 2 |
| DISTANCIA | 5% | 0.15 | 3 | 0.05 | 1 | 0.2 | 4 | 0.15 | 3 |
| CALIDAD | 20% | 0.8 | 4 | 0.6 | 3 | 0.6 | 3 | 0.8 | 4 |
| TIEMPO DE TRANSITO | 20% | 0.6 | 3 | 0.2 | 1 | 0.8 | 4 | 0.6 | 3 |
| PRECIO DE COMPRA | 25% | 1.25 | 5 | 0.75 | 3 | 0.5 | 2 | 1 | 4 |
| TIPO DE CAMBIO | 5% | 0.2 | 4 | 0.1 | 2 | 0.15 | 3 | 0.1 | 2 |
| DESEMPEÑO LOGISTICO | 20% | 0.6 | 3 | 0.8 | 4 | 0.4 | 2 | 0.8 | 4 |
| TOTAL | 100% | 3.7 | | 2.6 | | 2.75 | | 3.55 | |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

Como se puede observar el país que mayor puntaje obtuvo fue Brasil ya que se considera uno de los mejores países para importar, y además de estos criterios se leyó detenidamente su perfil de país que anteriormente se detalló y se concluye que Brasil es un país con las siguientes características.

- ▶ Tiene uno de los mejores precios en las bombas de agua.
- ▶ Se considera de las mejores economías en exportación porque posee el número veintidós en esta rama.
- ▶ La calidad de sus productos se considera aceptable.
- ▶ Su PIB es el de mayor alcance a comparación de los demás países sur americanos.

Ya habiendo elegido el mercado, el cual se seleccionó Brasil elegimos también un proveedor al fabricante Ferrari debido a que este es el que proporciona los mejores precios. Y tomando para este plan dos tipos de bombas que Ferrari fabrica porque son las que más se comercializan en El Salvador:

| | |
|---|---|
|  | <p>FERRARI, ¡Da vida a sus ideas!</p> |
| <p>DESCRIPCION.</p> <p>Desde su creación en 1958, Ferrari ha ofrecido mucho más que herramientas y equipos para la gente su compromiso es siempre el mismo: el rendimiento, la calidad, y la seguridad debido a que, al evaluar la mejor compra, usted sabe la diferencia que hace el trabajo con marcas de tradición y confianza - Caracol, Ferrari, Rexion .Sea cual sea el tamaño de su proyecto puede contar con el Ferrari.</p> <p>Estamos aquí para construir el futuro con usted!</p> | |
| <p>DIRECCION.</p> <p>Granja Viana- Cotia- Sau Paulo-SP Ao Lado do RODOANEL, FAX (11)2105-7500 www.ferrarinet.com.br</p> | |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

Figura: 12.



Descripción:

Ítem N° 1

Bomba centrífuga de agua residencial

Fabricante: FERRARI

Código: AAB1030002

Precio: R\$ 283.50 (Reales) (= USD \$ 78.8354)

Especificaciones: 370Watts, 3500 RPM, 5400 lit/hora, peso 9Kg, garantía de 15 meses.

Dimensiones del producto: 15 x 18 x 29 cms.

Dimensiones de embalaje: 17 x 24 x 31 cms.



Descripción:

Ítem N° 2

Boba centrífuga de agua residencial.

Fabricante: Ferrari.

Código: AAB1030003

Precio: R\$ 440.10 (Reales) (= USD \$ 122.3826)

Especificaciones: 750 Watts, 3500 RPM, 7000 lit/hora, peso 11.33 kg, garantía de 15 meses.

Dimensiones del producto: 24 x 18 x 32 cms.

Dimensiones de embalaje: 21 x 26 x 34 cms.

6. LOGISTICA.

6.1 Asesoría de agente aduanal.

Para los empresarios interesados en realizar actividades de importación, siempre es necesario que acudan a los expertos en dicho proceso y que cuentan con la autorización por parte del servicio de Administración Tributaria, para efectuar las operaciones de entrada de mercadería al país, estas personas son los agentes aduanales, y son los que brindan asistencia para el despacho de la mercadería en aduana, estas personas están autorizadas debido a que reciben capacitación y permisos correspondientes.

Como sugerencia se puede mencionar la agencia aduanal TIBA, de la cual se presenta la siguiente información:

| | |
|------------------------------|---|
| Nombre: | Agencia aduanal TIBA  |
| Página web: | www.tibagroup.com/SV |
| Servicios que ofrece: | <ul style="list-style-type: none">• Trámite Aduanal en Puertos, Fronteras, Aeropuertos, Recintos fiscales tales como Zona Franca y Almacenadoras.• Asesoría para la adecuada clasificación arancelaria.• Asesoría en el Registro de Importador, Agente Aduanal e Instrumentos Aduanales.• Trámite de permisos especiales.• Trámite de traslados hacia y desde Zonas Francas y Almacenes Fiscales.• Certificaciones de origen de los productos.• Seguimiento de embarques.• Asesoría jurídica aduanera.• Información de oportunidades comerciales. |

6.2 Medio de transporte.

El transporte es un aspecto muy importante a tomar en cuenta a la hora de importar, ya que es el medio por el cual se traslada la mercadería desde un país a otro, o desde un punto de origen hasta un punto de destino, para este caso y tipo de producto, el más adecuado, si se habla de país a país, es el transporte marítimo, debido a la distancia y los

costos en los que se puede incurrir, a la vez se necesita el transporte terrestre para trasladar la mercadería desde la aduana hasta la bodega.

Sin dejar de lado que el transporte marítimo también tiene desventajas.

A continuación, se presenta una tabla donde se evalúan las características de los diferentes medios de transporte, en la cual, el medio marítimo es el que presenta mayores ventajas relacionadas al producto y los costos.

| | Rapidez | Capacidad | Seguridad | Coste | Tipo de mercancía |
|-------------|----------|-----------|-----------|-------|--|
| Carretera | Alta | Baja | Media | Bajo | Todas |
| Ferrocarril | Media | Alta | Alta | Medio | Sobre todo productos a granel y sólidos |
| Marítimo | Baja | Muy alta | Alta | Bajo | Preferentemente, productos a granel y contenedores |
| Aéreo | Muy alta | Baja | Muy alta | Alto | Alto valor, mercancías perecederas |
| Multimodal | Alta | Media | Media | Medio | Todas |

Empresa transportista.

Para llevar a cabo la importación se utilizará el medio de transporte marítimo debido a que sus costos son bajos y su capacidad y seguridad muy alta para este tipo de medio. Como empresa transportista se necesitará de sus servicios a:

China Shipping Container Lines Co., Ltd. Es una empresa especializada afiliada a China



Shipping (Group) Company, que participa en servicios de línea regular de contenedores y otros servicios relacionados, también proporciona servicios de almacenamiento y transbordo de mercancías.

Esta compañía opera en las 80 mayores rutas comerciales, realizando entregas domesticas e internacionales, cubre la mayor parte de las costas comerciales ubicadas en Asia, Europa, América, África y el Golfo Pérsico.

Su oficina en El Salvador está ubicada en: Edificio del World Trade Center, 3er nivel, tels. 503 2225 7417 y 503 2225 8519

6.3 Cotización de transporte (ejemplo)

San Salvador, 14 de marzo de 2016.

Señores

Transportes XYZ

Nuestra empresa está interesada en importar equipo de bombeo de agua y por ellos solicito muy cordialmente una cotización de los precios del transporte que su empresa ofrece de los siguientes productos:

País: Brasil

- Bombas .cisternas

240 unidades de 370 wattsc/u. (Dimensiones)

- bombas Cisternas.

240 unidades de 750 watt c/u. (Dimensiones)

Atentamente:

Jorge Orlando Flores

Gerente Comercial.

6.4 Documentación para las modalidades: el importador podrá realizar su trámite por cualquiera de las siguientes modalidades:

| Nombre | Descripción | Lugar donde se tramita. | Costo | Requisitos |
|---------------|--|------------------------------------|-----------|--|
| 5.1 despacho. | Tele Sistema de información por medio del cual se transmite electrónicamente información aduanera. | Dirección General de Aduanas (DGA) | Sin costo | Transmitir electrónicamente la Declaración de Mercancías, dos ejemplares en original, y cuando se trate de FAUCA, original y copia debidamente cancelado cuando proceda el pago. |

6.5 Transporte interno – aduana – empresa.

Una vez realizado todo el proceso necesario para poder retirar la mercadería, se contratará un flete interno para poder movilizar la mercadería importada en este caso sistemas de bombeo de agua desde las bodegas de la aduana hasta la empresa para ello se presenta el correo electrónico y el contacto de la Asociación Salvadoreña de Agentes de Carga.

<http://www.asac.com.sv/>

Transporte interno.

Mariana Rivera

directora.def@lasac.com.sv

6.6 Pago de aranceles.

En el caso de los sistemas de bombeo de agua se deberá cancelar el Impuesto al Valor Agregado (IVA), más el arancel que le corresponda al producto según el Sistema Arancelario (SAC), en donde aparecen los Derechos Aduaneros a la Importación (DAI)

El agente aduanal deberá revisar antes de elaborar la declaración de mercancía si el producto es exento de impuesto, debido a las diferentes integraciones o tratados.

En la siguiente partida arancelaria que corresponde a bombas para líquidos, se detalla el código de la partida que corresponde a cada tipo de bomba, así como también su respectivo impuesto aduanero que en este caso es exento es decir del 0%.

| Código | Descripción | DAI% |
|-------------------|--|-------------|
| 84.13 | Bombas para líquidos, incluso con dispositivo medidor incorporado; elevador de líquidos. | 0 |
| 8413.1 | Bombas con dispositivo medidor incorporada o concebidas para llevarlas. | 0 |
| 8413.11.00 | Bombas para distribución de carburantes o lubricantes, de los tipos utilizados en gasolineras, estaciones de servicio o garajes. | 0 |
| 8413.19.00 | Las demás. | 0 |
| 8413.20.00 | Bombas manuales excepto de las subpartidas 8413.11 u 8413.19 | 0 |
| 8413.30.00 | Bombas de carburantes aceite o refrigerante para motores de encendido por chispa o compresión. | 0 |
| 8413.40.00 | Bombas para hormigón. | 0 |
| 8413.50.00 | Las demás bombas volumétricas alternativas. | 0 |
| 841360.00 | Las demás bombas volumétricas rotativas. | 0 |
| 8413.70. | Las demás bombas centrifugas. | 0 |

Fuente: aporte del grupo de trabajo.

Figura: 13.

6.7 Incoterms.

Los incoterms son los términos que regulan las obligaciones de las partes (comprador y vendedor) en una compra venta internacional, a continuación, se presentan el incoterms que se utilizara para llevar a cabo la importación.



CIF: Costo, Seguro y Flete...Puerto de destino convenido

El término costo, seguro y flete, determina que el vendedor deberá de entregar la mercancía a bordo del buque (en su caso transporte fluvial) en el puerto de embarque marítimo.

El vendedor contratará y pagará el costo del seguro y del flete principal para transportar la mercancía hasta el puerto de destino convenido.

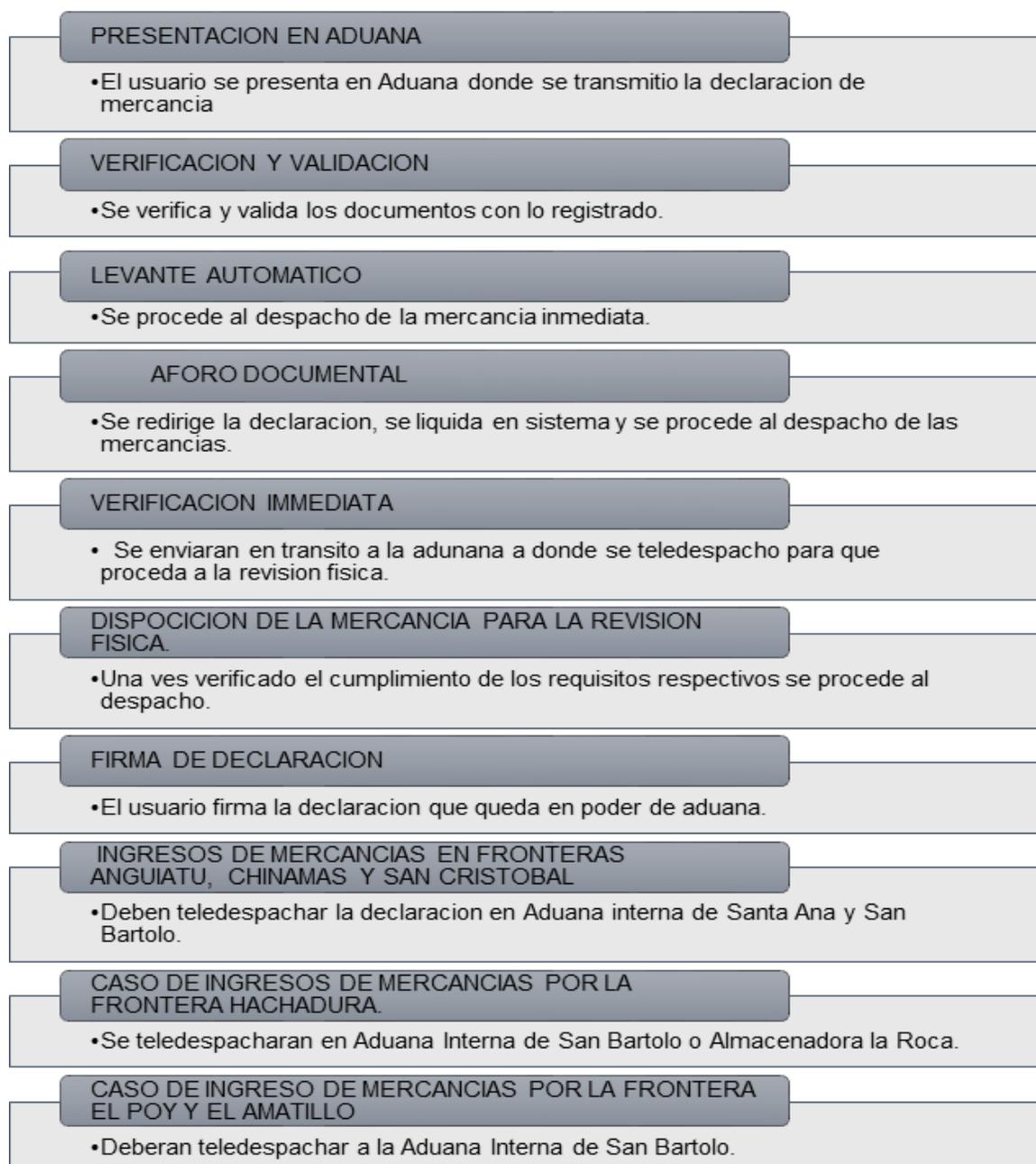
El seguro contratado por el vendedor solo es de cobertura mínima. Por lo que el comprador necesita acordar con la otra parte o contratar un seguro adicional por su propia cuenta. Aunque el vendedor haya contratado y pagado el seguro, se transmitirá el riesgo al comprador, quien es el beneficiario. De igual forma debe de efectuar el despacho aduanero de exportación el vendedor.

Respecto al riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transmitirá al comprador cuando las mercancías se encuentren a bordo del buque del puerto de embarque. También el comprador deberá realizar el despacho aduanero de importación. Pagar todos los gastos que se generen desde que el vendedor entrega las mercancías hasta el punto de destino.

Este término establece que su uso será exclusivamente para el transporte marítimo y fluvial.

6.8 Proceso de despacho.

PROCESO DE DESPACHO DE LA MERCADERIA



Fuente: aporte del grupo de trabajo.

Figura: 14.

6.9 Volumen de este pedido

Tomando en cuenta las medidas de longitud de las unidades a importar se procedieron a determinar el número de containers a usar al igual que el volumen que se procede a transportar así:

- Medidas Containers 40 ft: 2,35 mts ancho, 2,39 mts alto, 12,39 mts Largo, es un equivalente a 69.2 m³.
- Medidas X unidad de empaque:
Item 1: (0,17 mt x 0.24 mts x 0.31 mts) x 240 u = 3.2 m³ aproximadamente.
Item 2: (0.21 mt x 0.26 mts x 0.34 mts) x 240 u = 4.6 m³ aproximadamente.
Esto significa que si un contenedor tiene la capacidad de transportar 69.2 m³, solamente se requiere de un contenedor para transportar la carga, puesto que esta asciende a no más de 8 m³.

El importador debe realizar estos cálculos para determinar exactamente el número de contenedores a emplear para movilizar la carga que desea desplazar desde el país del proveedor extranjero.

6.10 Costos directos a considerar en la importación.

Los elementos a considerar en el costo del pedido son los siguientes.

Tabla 29.

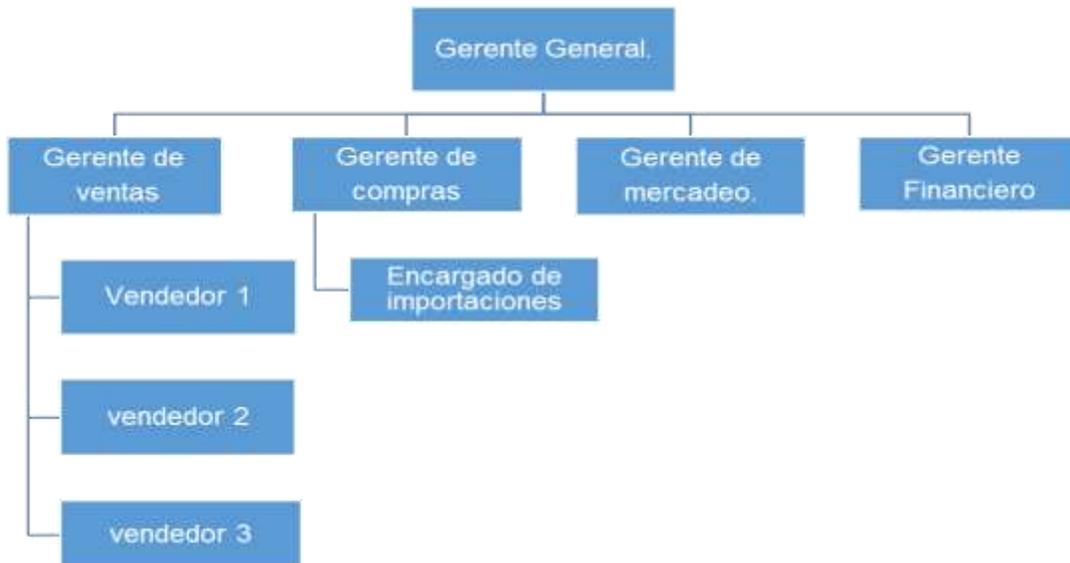
| Item | Nombre del Costo: | Cantidad | Costo Unitario | Sub total: |
|-------------|-----------------------------------|-----------------|-----------------------|-------------------|
| 1 | Bomba centrifuga 370 Watts | 240 u | 78.83 | 18,919.20 |
| 2 | Bomba centrifuga 750 Watts | 240 u | 122.38 | 29,371.20 |
| 3 | Seguro | | 1,900.00 | 1,900.00 |

| | | | | |
|---|--|---------|----------|-----------------|
| 4 | Flete | | 1,750.00 | 1,750.00 |
| 5 | Honorarios Agente Aduanal (2% sobre pr. CIF) | | | 1038.80 |
| 6 | Aranceles 0% sobre Precio CIF | | | |
| 7 | Impuesto al valor agregado (13% S/CIF) | | | 6,752.25 |
| 8 | Transporte de carga nacional | 1 flete | 250.00 | 250.00 |
| 9 | Otros cargos no estimados en los ítems anteriores. | | | |
| | COSTO TOTAL DEL PEDIDO: | | | 59981.45 |

Fuente: aporte del grupo de investigación.

7. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

La estructura organizativa de la ferretería "X" permitirá distribuir los roles que van a desarrollar los miembros de la empresa para trabajar juntos de forma ordenada para alcanzar las metas fijadas de manera eficiente.



Fuente: aporte del grupo de trabajo.

Figura: 15.

7.1 Descripción de la organización.

La descripción de la organización irá orientada al cargo que ocupara cada uno de los trabajadores de la empresa, es decir las actividades que se van a realizar por cada uno y las condiciones que estas conllevan para desarrollar y lograr metas y objetivos establecidos.

Los cargos requeridos para la empresa contendrán: nombre del cargo, sección o departamento, jefe inmediato, personas a cargo, funciones generales donde se determinará el grado de responsabilidad y las actividades a desarrollar en el cargo por el funcionario.

Descripción del cargo: Gerente General

Dependencia: gerencia.

Jefe inmediato: n/a.

Personas a cargo: todo el personal de la empresa.

Funciones y responsabilidades generales:

- Ejercer la representación legal de la empresa, toma de decisiones.
- Desarrollar las políticas internas de la organización y velar porque se lleven a cabo.
- Gestionar, manejar y controlar recursos financieros, así como desarrollar y controlar planes, proyecciones y presupuestos.

Descripción del cargo: Gerente de ventas.

Cargo: gerencia

Jefe inmediato: gerente.

Personas a cargo: vendedores.

Funciones y responsabilidades generales:

- Encargado de rotación de inventario.
- Planear las ventas
- Habilidad para la gestión y control de vendedores.

- Liderazgo para evitar la rotación de personal.
- Manejar las fortalezas y debilidades de cada vendedor para estimular las conductas que favorezcan el cumplimiento de las metas.

Descripción del cargo: Gerente de compras.

Cargo: gerencia.

Jefe inmediato: gerente general.

Personas a cargo: encargado de importaciones.

Funciones y responsabilidades generales:

- Comprar los productos con buen precio sin afectar la calidad.
- Bebe tener una comunicación fluida con todos los departamentos.
- Encargado de buscar los productos más estratégicos e importantes para la compañía.
- Saber negociar con los proveedores.
- Formalizar a través de contratos las relaciones comerciales con los proveedores.

Descripción del cargo: Gerente de mercadeo.

Cargo: gerencia.

Jefe inmediato: gerente general.

Personas a cargo: ninguna.

Funciones y responsabilidades generales:

- Planear, dirigir y controlar toda la actividad de ventas de la empresa.
- Servicio al cliente.
- Definir planes estratégicos de marketing de acuerdo con los objetivos de la empresa.
- Realización de estrategias de marketing y publicidad.
- Establecer un modelo de evaluación en coordinación con la gerencia de ventas, que permita conocer el avance y los resultados de las ventas.

Descripción del cargo: Gerente financiero.

Cargo: gerencia.

Jefe inmediato: gerente general.

Personas a cargo: ninguna.

Funciones y responsabilidades generales:

- El diagnóstico, la planeación y el control financiero.
- Negociar con instituciones bancarias.
- Presentar informes y estados financieros.
- Definir el destino de los fondos hacia activos específicos de manera eficiente.
- Obtener fondos en las mejores condiciones posibles.

8. APOYO MERCADOLÓGICO.

En la actualidad existe un mercado atractivo de sistemas de bombeo de agua, en el área de San Salvador, muchas empresas ferreteras comercializan este producto por la demanda que estos tienen dentro del mercado.

Para brindar un apoyo efectivo al producto hay que considerar las variables siguientes:

1. El producto, hay que estar consciente que se está introduciendo un producto y una marca nueva al mercado, por lo tanto, algún rechazo se puede observar al inicio pues lo nuevo genera desconfianza en el usuario. Habrá que estar atento si los productos ofertados suplen las necesidades de los clientes, en caso contrario habrá que incorporar nuevos modelos. De momento, la investigación realizada respalda la demanda de los que se están importando, pero el mercado es cambiante y cualquier cosa podría ocurrir con la demanda, se hace relevante revisar semanalmente el cumplimiento de las metas de ventas.
2. El precio, este permite al importador manejar una estrategia de precios agresiva; de momento se plantean unos márgenes de ganancia bastante atractivos para la empresa importadora, sin embargo, habrá que estar atento a la reacción de los compradores al momento de adquirirlas. Comentarios como “muy caras” debe ser

motivos para afinar el precio. El gerente de ventas debe pedir retroalimentación a su fuerza de ventas sobre esta variable.

3. El mercado, para atenderlo es importante iniciar con una sala de ventas.
4. La garantía, una de las formas de minimizar la desconfianza de los clientes y lograr cierres de ventas es brindándole a los clientes una garantía de funcionamiento y operación. Esto resta las dudas sobre el producto y hace que más clientes compren las bombas.

8.1 Oportunidades de mercado.

Son muchas empresas ferreteras que comercializan estos sistemas de bombeo de agua debido a las oportunidades que tienen estos productos ejemplo de ello son los siguientes:

- El crecimiento poblacional: El crecimiento poblacional que el salvador representa es una gran oportunidad ya que se evalúan las construcciones de viviendas y por lógica la necesidad de contar con un sistema de bombeo.
- La contaminación del agua: Otro elemento importante que hoy en día preocupa a la población y buscan sistemas de bombeo de agua para poder contrarrestar esta problemática.
- Las temporadas de sequía. Que son temporadas donde los clientes residenciales demanda estos productos.
- importaciones de estos productos: Según informes del COMEX, las importaciones de el Salvador de estos productos han ido en aumento, si se estudia desde el año 2010 se observa un alza en las importaciones y se puede evaluar los países a los que importamos, resaltando que esta Brasil como país sur americano y del cual se puede evaluar como una opción de tener a este país como proveedor de este producto.

8.2 Estrategias.

Las estrategias mencionadas a continuación fueron elaboradas con el propósito de aumentar las ventas.

- Ofrecer precios competitivos en relación a las demás empresas.
- Participar activamente en eventos de licitación con empresas privadas (por ejemplo, en constructoras) para aumentar el reconocimiento de la empresa y por ende las probabilidades de compra.
- Promocionar los sistemas de bombeo de agua en periódicos de más circulación en el país.

8.3 Marketing mix.

- **Producto.**

Los productos a los que se le prestara principal atención son a los sistemas de bombeo de agua para cisterna y achicadora que se obtendrán de Sur América. Se toman en cuenta solo estos dos productos porque son las que más se demandan en el país.

- **Precio.**

El precio es una variable con alto grado de fluctuación; predecirlo se ha tornado en una tarea muy difícil dentro del mercado de sistemas de bombeo de agua, varios factores hacen que el precio de ventas de estos productos varíe; factores político-económicos internacionales, marca, calidad, son los que más se destacan, sin embargo, la empresa busca ofrecer a sus clientes precios competitivos proporcionando siempre productos de primera calidad.

- **Promoción**

La ferretería “X” se darán a conocer por medio de:

- Entrega de flayers
- Colocar baners.

- **Plaza.**

La ferretería “X” es un establecimiento que estará ubicado en el área metropolitana de San Salvador con el propósito de estar más cerca de los potenciales clientes.

9. ANALISIS FINANCIERO

9.1 Proyecciones de ventas

Tabla 30.

Presupuesto de venta proyectado en unidades.

| No. | Producto o Servicio | Precio Unitario | Año 1 | | | | | | | | | | | | |
|-----|----------------------------|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|-------|
| | | | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | TOTAL |
| 1 | BOMBA CENTRIFUGA 370 WATTS | \$ 240.00 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 240 |
| 2 | BOMBA CENTRIFUGA 750 WATTS | \$ 400.00 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 240 |

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

Este es un presupuesto del número de unidades a vender al año estableciendo un total de 480 bombas centrifugas de la cuales 240 son bombas centrifugas con 370 watts y 240 para bombas centrifugas 750 watts de las cuales al mes establecemos la venta de 20 unidades, aunque este valor puede variar con respecto a los demás por la forma de comercializarse que también puede ser a través de licitaciones.

Tabla 31.

Presupuesto de venta proyectado en dólares.

| No. | Producto o Servicio | Ventas del Año 1 (\$) | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|----------------------------|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | TOTAL |
| 1 | BOMBA CENTRIFUGA 370 WATTS | \$ 4,800 | \$ 4,800 | \$ 4,800 | \$ 4,800 | \$ 4,800 | \$ 4,800 | \$ 4,800 | \$ 4,800 | \$ 4,800 | \$ 4,800 | \$ 4,800 | \$ 4,800 | \$ 57,600 |
| 2 | BOMBA CENTRIFUGA 750 WATTS | \$ 8,000 | \$ 8,000 | \$ 8,000 | \$ 8,000 | \$ 8,000 | \$ 8,000 | \$ 8,000 | \$ 8,000 | \$ 8,000 | \$ 8,000 | \$ 8,000 | \$ 8,000 | \$ 96,000 |
| Total de Ventas Mensuales | | \$ 12,800 | \$ 12,800 | \$ 12,800 | \$ 12,800 | \$ 12,800 | \$ 12,800 | \$ 12,800 | \$ 12,800 | \$ 12,800 | \$ 12,800 | \$ 12,800 | \$ 12,800 | |
| | | Total de Ventas Anuales = \$ 153,600 | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

Se establece un presupuesto de ventas proyectado en dolares en el que se detalla que vendiendo 480 unidades de bombas centrifugas al año de los dos tipos se obtiene una venta anual de \$153,600.00, del cual para la bomba de 370 watts que esta valorada en \$240.00 y la bomba de 750 watts en \$400.00 estos valores son establecidos en precios promedios de la competencia.

Tabla 32.

Proyecciones de venta.

Año 2, 3, 4 y 5.

| No. | Producto o Servicio | Año 2 | | | | | Año 3 | | | | | Año 4 | Año 5 |
|-----|----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------|-------|-------|
| | | Trimestre 1 | Trimestre 2 | Trimestre 3 | Trimestre 4 | TOTAL | Trimestre 1 | Trimestre 2 | Trimestre 3 | Trimestre 4 | TOTAL | | |
| 1 | BOMBA CENTRIFUGA 370 WATTS | 66 | 66 | 66 | 66 | 264 | 69 | 69 | 69 | 69 | 277 | 291 | 306 |
| 2 | BOMBA CENTRIFUGA 750 WATTS | 66 | 66 | 66 | 66 | 264 | 69 | 69 | 69 | 69 | 277 | 291 | 306 |

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

Tabla 33.

| Producto o Servicio | Año 2 | | | | | Año 3 | | | | | Año 4 | Año 5 |
|----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|---------------|---------------|
| | Trim 1 | Trim 2 | Trim 3 | Trim 4 | TOTAL | Trim 1 | Trim 2 | Trim 3 | Trim 4 | TOTAL | | |
| BOMBA CENTRIFUGA 370 WATTS | \$ 15,840 | \$ 15,840 | \$ 15,840 | \$ 15,840 | \$ 63,360 | \$ 16,632 | \$ 16,632 | \$ 16,632 | \$ 16,632 | \$ 66,528 | \$ 69,854.40 | \$ 73,347.12 |
| BOMBA CENTRIFUGA 750 WATTS | \$ 26,400 | \$ 26,400 | \$ 26,400 | \$ 26,400 | \$105,600 | \$ 27,720 | \$ 27,720 | \$ 27,720 | \$ 27,720 | \$ 110,880 | \$ 116,424 | \$ 122,245.20 |
| VENTAS TRIMESTRALES | \$ 42,240 | \$ 42,240 | \$ 42,240 | \$ 42,240 | | \$ 44,352 | \$ 44,352 | \$ 44,352 | \$ 44,352 | | | |
| VENTAS ANUALES | | | | | | \$ 168,960 | | | | \$ 177,408 | \$ 186,278.40 | \$ 195,592.32 |

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

En la Tabla N° 32 y 33 se presentan las proyecciones de venta en unidades y dólares partiendo del primer año, con lo que respecta al año dos las ventas se incrementan en un 10% esto se considera como criterio de parte de la gerencia de mercadeo partiendo que es una nueva marca de producto y está en su etapa de crecimiento para el año tres y los demás años su incremento se mantendrá en un 5% logrando así la aceptación y participación del producto de una forma conservadora.

9.2. Supuesto de venta y costo.

Tabla 34.

PROYECCIONES FINANCIERAS - SUPUESTOS DE VENTAS Y COSTOS.

| VENTAS | Año 1 | | | Año 2 | | | Año 3 | | | Año 4 | | | Año 5 | | |
|--------------------------|--------------------|--------|-------------------|------------|--------|-------------------|------------|--------|-------------------|------------|--------|----------------------|------------|--------|----------------------|
| | Línea de Productos | Unids. | PU | Total | Unids. | PU | Total | Unids. | PU | Total | Unids. | PU | Total | Unids. | PU |
| BOMBA CENTRIFUGA 370 WAT | 240 | \$ 240 | \$ 57,600 | 264 | \$ 240 | \$ 63,360 | 277 | \$ 240 | \$ 66,528 | 291 | \$ 240 | \$ 69,854.40 | 306 | \$ 240 | \$ 73,347.12 |
| BOMBA CENTRIFUGA 750 WAT | 240 | \$ 400 | \$ 96,000 | 264 | \$ 400 | \$ 105,600 | 277 | \$ 400 | \$ 110,880 | 291 | \$ 400 | \$ 116,424 | 306 | \$ 400 | \$ 122,245.20 |
| Total | 480 | | \$ 153,600 | 528 | | \$ 168,960 | 554 | | \$ 177,408 | 582 | | \$ 186,278.40 | 611 | | \$ 195,592.32 |

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

Tabla 35.

| Detalle COSTO BRUTO | BOMBA CENTRIFUGA 370 WATTS | | BOMBA CENTRIFUGA 750 WATTS | |
|---------------------|----------------------------|-------------|----------------------------|-------------|
| | Costo | % | Costo | % |
| BOMBA | \$ 78.83 | 88% | \$ 122.38 | 92% |
| SEGURO Y FLETE | \$ 7.60 | 9% | \$ 7.60 | 6% |
| AGENTE ADUANAL | \$ 2.16 | 2% | \$ 2.16 | 2% |
| TRANSPORTE DE CARGA | \$ 0.52 | 1% | \$ 0.52 | 0% |
| Total | \$ 89.11 | 100% | \$ 132.66 | 100% |

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

En la Tabla N° 35 se detallan los costos directos de los cuales se incurrirá para la compra de este producto, además se prorratean los costos de acuerdo al costo total bruto de cada bomba.

PROYECCIONES FINANCIERAS - SUPUESTOS DE VENTAS Y COSTOS.

Tabla 36.

| COSTO BRUTO | Año 1 | | | Año 2 | | | Año 3 | | | Año 4 | | | Año 5 | | |
|-------------------------|--------------------|-----------|---------------------|------------|-----------|---------------------|------------|-----------|---------------------|------------|-----------|---------------------|------------|-----------|---------------------|
| | Línea de Productos | Unids | CU | Total | Unids | CU |
| BOMBA CENTRIFUGA 370 WA | 240 | \$ 89.11 | \$ 21,386.40 | 264 | \$ 89.11 | \$ 23,525.04 | 277 | \$ 89.11 | \$ 24,701.29 | 291 | \$ 89.11 | \$ 25,936.36 | 306 | \$ 89.11 | \$ 27,233.17 |
| BOMBA CENTRIFUGA 750 WA | 240 | \$ 132.66 | \$ 31,838.40 | 264 | \$ 132.66 | \$ 35,022.24 | 277 | \$ 132.66 | \$ 36,773.35 | 291 | \$ 132.66 | \$ 38,612.02 | 306 | \$ 132.66 | \$ 40,542.62 |
| Total | 480 | | \$ 53,224.80 | 528 | | \$ 58,547.28 | 554 | | \$ 61,474.64 | 582 | | \$ 64,548.38 | 611 | | \$ 67,775.80 |

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

Tabla 37.

| COSTO PERSONAL | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Empleados | 9 | 9 | 11 | 12 | 13 |
| Salarios | \$32,021.16 | \$32,021.16 | \$39,136.97 | \$42,694.88 | \$46,252.79 |
| Prestaciones | \$ 3,210.84 | \$ 3,210.84 | \$ 3,210.84 | \$ 3,210.84 | \$ 3,210.84 |
| Total Costo Personal | \$35,232.00 | \$35,232.00 | \$42,347.81 | \$45,905.72 | \$49,463.63 |

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

Tabla 38.

| Otros Costos y Gastos | | | | | | Costos Fijos | |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------|--------|
| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | | |
| Alquileres locales | 3.9% | 3.90% | 3.90% | 3.90% | 3.90% | \$ 500.00 | al mes |
| Alquileres de Maquinaria | | | | | | | |
| Mantenimiento | 1.6% | 1.60% | 1.60% | 1.60% | 1.60% | \$ 200.00 | al mes |
| Seguros | | | | | | | |
| Agua, electricidad | 0.6% | 0.60% | 0.60% | 0.60% | 0.60% | \$ 75.00 | al mes |
| Comunicaciones | 0.3% | 0.30% | 0.30% | 0.30% | 0.30% | | |
| Útiles de oficina | 1.0% | 1.00% | 1.00% | 1.00% | 1.00% | \$ 125.00 | al mes |
| Promoción y Publicidad | 20.0% | 0.20% | 0.20% | 0.20% | 0.20% | | |
| Pasajes y viáticos | | | | | | | |
| Transportes | | | | | | | |
| Otros | | | | | | | |

Costos y Gastos totalizados en el año se toman como % de ventas para efectos de cálculo - solo para el primer año.

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

Tabla 39.

| ventas \$ / año | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| ventas \$ | \$ 153,600.00 | \$ 168,960.00 | \$ 177,408.00 | \$ 186,278.40 | \$195,592.32 |

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

En la Tabla N° 38 se presentan los gastos fijos en los que la empresa incurrirá, tal es el caso: se descargará una planilla con los colaboradores, incluidas sus prestaciones que al igual que en las ventas se pronostican para 5 cinco años. También se detallan los costos fijos en los que la empresa deberá incurrir.

A parte se puede observar las cuentas por año en términos de dólares el cual demuestra que año tras año hasta llegar al año cinco, las ventas van en aumento y nunca decrecen, cabe destacar que son los tipos de bombas.

9.3. Supuestos de inversión.

PROYECCIONES FINANCIERAS - SUPUESTOS DE INVERSIONES - pagina E.

Tabla 40.

| Concepto | Monto | Fondos Propios | Préstamos Financieros |
|--|----------------------|------------------|-----------------------|
| Locales: | \$ 70,000 | \$ 70,000 | - |
| LOCAL DONDE ESTARA INSTALADA LA FERRETERIA | \$ 70,000 | \$ 70,000 | - |
| Equipo: | \$ 1,100 | \$ 1,100 | - |
| EQUIPO DE OFICINA: COMPUTADORAS, ESCRITORIO, PAPELERIA, ESTANTES | \$ 1,100 | \$ 1,100 | - |
| Otros: | \$ 59,981.45 | \$ 20,000 | \$ 39,981.45 |
| INVERSION EN COMPRAS DE LAS BOMBAS | \$59,981.45 | \$ 20,000 | \$ 39,981.45 |
| Totales: | \$ 131,081.45 | \$ 91,000 | \$ 39,981.45 |

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

Tabla 41.

| Cálculo Cuota Préstamo | |
|-------------------------------|---------------------|
| Monto: | \$ 39,981.45 |
| Interés Anual: | 10.00% |
| Plazo en Meses: | 60 |
| Cuota: | (\$849.49) |
| Seguros: | 0.00% |
| Cuota Total: | \$ 849.49 |

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

Tabla 42.

| Cálculo de Depreciación | |
|--------------------------------|------------------|
| Depreciación Anual: | \$ 14,220 |

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

En la tabla N° 40 se presenta la inversión total que se necesita para llevar a cabo este proyecto que es de \$131081.45 donde se incluye el valor del local, del equipo de oficina, de los cuales son fondos propios que la empresa ya tiene, pero que no posee el valor total de la compra de bombas centrifugas, ya que solo cuenta con \$20000.00 es por ello que la persona encargada del negocio buscará financiarse en un banco para que este le proporcione un préstamo por la cantidad que le hace falta a un plazo de 5 años con una tasa de interés al 10%.

Tabla de amortización

Tabla 43.

| Tabla de Amortización de Préstamo | | | | |
|--|--------------|----------------|----------------|--------------|
| Período | Cuota | Interés | Capital | Saldo |
| | | | | \$ 39,981.45 |
| 1 | 849.49 | 333.18 | 516.31 | \$ 39,465.14 |
| 2 | 849.49 | 328.88 | 520.61 | \$ 38,944.53 |
| 3 | 849.49 | 324.54 | 524.95 | \$ 38,419.58 |
| 4 | 849.49 | 320.16 | 529.32 | \$ 37,890.26 |
| 5 | 849.49 | 315.75 | 533.74 | \$ 37,356.52 |
| 6 | 849.49 | 311.30 | 538.18 | \$ 36,818.34 |
| 7 | 849.49 | 306.82 | 542.67 | \$ 36,275.67 |
| 8 | 849.49 | 302.30 | 547.19 | \$ 35,728.48 |
| 9 | 849.49 | 297.74 | 551.75 | \$ 35,176.73 |
| 10 | 849.49 | 293.14 | 556.35 | \$ 34,620.38 |
| 11 | 849.49 | 288.50 | 560.98 | \$ 34,059.39 |
| 12 | 849.49 | 283.83 | 565.66 | \$ 33,493.74 |
| 13 | 849.49 | 279.11 | 570.37 | \$ 32,923.36 |
| 14 | 849.49 | 274.36 | 575.13 | \$ 32,348.24 |
| 15 | 849.49 | 269.57 | 579.92 | \$ 31,768.32 |
| 16 | 849.49 | 264.74 | 584.75 | \$ 31,183.57 |
| 17 | 849.49 | 259.86 | 589.62 | \$ 30,593.94 |
| 18 | 849.49 | 254.95 | 594.54 | \$ 29,999.40 |
| 19 | 849.49 | 250.00 | 599.49 | \$ 29,399.91 |
| 20 | 849.49 | 245.00 | 604.49 | \$ 28,795.42 |
| 21 | 849.49 | 239.96 | 609.53 | \$ 28,185.90 |
| 22 | 849.49 | 234.88 | 614.61 | \$ 27,571.29 |
| 23 | 849.49 | 229.76 | 619.73 | \$ 26,951.56 |

| | | | | | |
|----|--------|--------|--------|----|-----------|
| 24 | 849.49 | 224.60 | 624.89 | \$ | 26,326.67 |
| 25 | 849.49 | 219.39 | 630.10 | \$ | 25,696.57 |
| 26 | 849.49 | 214.14 | 635.35 | \$ | 25,061.22 |
| 27 | 849.49 | 208.84 | 640.64 | \$ | 24,420.58 |
| 28 | 849.49 | 203.50 | 645.98 | \$ | 23,774.60 |
| 29 | 849.49 | 198.12 | 651.37 | \$ | 23,123.23 |
| 30 | 849.49 | 192.69 | 656.79 | \$ | 22,466.44 |
| 31 | 849.49 | 187.22 | 662.27 | \$ | 21,804.17 |
| 32 | 849.49 | 181.70 | 667.79 | \$ | 21,136.38 |
| 33 | 849.49 | 176.14 | 673.35 | \$ | 20,463.03 |
| 34 | 849.49 | 170.53 | 678.96 | \$ | 19,784.07 |
| 35 | 849.49 | 164.87 | 684.62 | \$ | 19,099.45 |
| 36 | 849.49 | 159.16 | 690.33 | \$ | 18,409.12 |
| 37 | 849.49 | 153.41 | 696.08 | \$ | 17,713.05 |
| 38 | 849.49 | 147.61 | 701.88 | \$ | 17,011.17 |
| 39 | 849.49 | 141.76 | 707.73 | \$ | 16,303.44 |
| 40 | 849.49 | 135.86 | 713.63 | \$ | 15,589.81 |
| 41 | 849.49 | 129.92 | 719.57 | \$ | 14,870.24 |
| 42 | 849.49 | 123.92 | 725.57 | \$ | 14,144.67 |
| 43 | 849.49 | 117.87 | 731.62 | \$ | 13,413.06 |
| 44 | 849.49 | 111.78 | 737.71 | \$ | 12,675.34 |
| 45 | 849.49 | 105.63 | 743.86 | \$ | 11,931.48 |
| 46 | 849.49 | 99.43 | 750.06 | \$ | 11,181.43 |
| 47 | 849.49 | 93.18 | 756.31 | \$ | 10,425.12 |
| 48 | 849.49 | 86.88 | 762.61 | \$ | 9,662.50 |
| 49 | 849.49 | 80.52 | 768.97 | \$ | 8,893.54 |
| 50 | 849.49 | 74.11 | 775.37 | \$ | 8,118.16 |
| 51 | 849.49 | 67.65 | 781.84 | \$ | 7,336.33 |
| 52 | 849.49 | 61.14 | 788.35 | \$ | 6,547.97 |
| 53 | 849.49 | 54.57 | 794.92 | \$ | 5,753.05 |
| 54 | 849.49 | 47.94 | 801.55 | \$ | 4,951.51 |
| 55 | 849.49 | 41.26 | 808.23 | \$ | 4,143.28 |
| 56 | 849.49 | 34.53 | 814.96 | \$ | 3,328.32 |
| 57 | 849.49 | 27.74 | 821.75 | \$ | 2,506.57 |
| 58 | 849.49 | 20.89 | 828.60 | \$ | 1,677.97 |
| 59 | 849.49 | 13.98 | 835.50 | \$ | 842.47 |
| 60 | 849.49 | 7.02 | 842.47 | \$ | 0.00 |

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

Estados Financieros.

PROYECCIONES FINANCIERAS - ESTADOS FINANCIEROS.

Tabla 44.

| Estado de Pérdidas y ganancias Proyectado | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | Año 1 | | | | | | | | | | | | Total |
| | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | Año 1 |
| Ventas | 12,800 | 12,800 | 12,800 | 12,800 | 12,800 | 12,800 | 12,800 | 12,800 | 12,800 | 12,800 | 12,800 | 12,800 | 153,600 |
| Costo de los Bienes | 4,435.4 | 4,435.4 | 4,435.4 | 4,435.4 | 4,435.4 | 4,435.4 | 4,435.4 | 4,435.4 | 4,435.4 | 4,435.4 | 4,435.4 | 4,435.4 | 53,224.8 |
| Utilidad Bruta | \$ 8,364.60 | \$ 8,364.60 | \$ 8,364.60 | \$ 8,364.60 | \$ 8,364.60 | \$ 8,364.60 | \$ 8,364.60 | \$ 8,364.60 | \$ 8,364.60 | \$ 8,364.60 | \$ 8,364.60 | \$ 8,364.60 | \$ 100,375.20 |
| Salarios | 2,668.4 | 2,668.4 | 2,668.4 | 2,668.4 | 2,668.4 | 2,668.4 | 2,668.4 | 2,668.4 | 2,668.4 | 2,668.4 | 2,668.4 | 2,668.4 | 32,021.2 |
| Prestaciones | 267.6 | 267.6 | 267.6 | 267.6 | 267.6 | 267.6 | 267.6 | 267.6 | 267.6 | 267.6 | 267.6 | 267.6 | 3,210.8 |
| Alquileres locales | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 6,000 |
| Mantenimiento | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 2,457.6 |
| Seguros | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 204.8 | 2,457.6 |
| Agua, electricidad | 75 | 75 | 75 | 75 | 75 | 75 | 75 | 75 | 75 | 75 | 75 | 75 | 900 |
| Comunicaciones | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 480 |
| Utiles de oficina | 125 | 125 | 125 | 125 | 125 | 125 | 125 | 125 | 125 | 125 | 125 | 125 | 1,500 |
| Promoción y Public | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 300 |
| Depreciación | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 14,220 |
| Total Gastos Generales y de | \$ 5,295.60 | \$ 5,295.60 | \$ 5,295.60 | \$ 5,295.60 | \$ 5,295.60 | \$ 5,295.60 | \$ 5,295.60 | \$ 5,295.60 | \$ 5,295.60 | \$ 5,295.60 | \$ 5,295.60 | \$ 5,295.60 | \$ 63,547.20 |
| Intereses Pagados | \$ 333.18 | \$ 328.88 | \$ 324.54 | \$ 320.16 | \$ 315.75 | \$ 311.30 | \$ 306.82 | \$ 302.30 | \$ 297.74 | \$ 293.14 | \$ 288.50 | \$ 283.83 | \$ 3,706.14 |
| Utilidad antes de Impuestos | \$ 2,735.82 | \$ 2,740.12 | \$ 2,744.46 | \$ 2,748.84 | \$ 2,753.25 | \$ 2,757.70 | \$ 2,762.18 | \$ 2,766.70 | \$ 2,771.26 | \$ 2,775.86 | \$ 2,780.50 | \$ 2,785.17 | \$ 33,121.86 |
| Impuesto sobre la renta | | | | | | | | | | | | | \$ 8,280.47 |
| Utilidad Neta | \$ 2,735.82 | \$ 2,740.12 | \$ 2,744.46 | \$ 2,748.84 | \$ 2,753.25 | \$ 2,757.70 | \$ 2,762.18 | \$ 2,766.70 | \$ 2,771.26 | \$ 2,775.86 | \$ 2,780.50 | \$ 2,785.17 | \$ 24,841.40 |

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

Tabla 45.

| Estado de Pérdidas y ganancias Proyectado | | | | | | | | | | | | |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| | Año 2 | | | | | Año 3 | | | | | Año 4 | Año 5 |
| | Trimestre 1 | Trimestre 2 | Trimestre 3 | Trimestre 4 | Total | Trimestre 1 | Trimestre 2 | Trimestre 3 | Trimestre 4 | Total | | |
| Ventas | 42,240 | 42,240 | 42,240 | 42,240 | 168,960 | 44,352 | 44,352 | 44,352 | 44,352 | 177,408 | 186,278.4 | 195,592.3 |
| Costo de los Bienes Vendidos | 14,636.82 | 14,636.82 | 14,636.82 | 14,636.82 | 58,547.28 | 15,368.66 | 15,368.66 | 15,368.66 | 15,368.66 | 61,474.64 | 64,548.38 | 67,775.80 |
| Utilidad Bruta | \$ 27,603.18 | \$ 27,603.18 | \$ 27,603.18 | \$ 27,603.18 | \$ 110,412.72 | \$ 28,983.34 | \$ 28,983.34 | \$ 28,983.34 | \$ 28,983.34 | \$ 115,933.36 | \$ 121,730.02 | \$ 127,816.52 |
| Salarios | 8,005.29 | 8,005.29 | 8,005.29 | 8,005.29 | 32,021.16 | 9,784.24 | 9,784.24 | 9,784.24 | 9,784.24 | 39,136.97 | 42,694.88 | 46,252.79 |
| Prestaciones | 802.71 | 802.71 | 802.71 | 802.71 | 3,210.84 | 802.71 | 802.71 | 802.71 | 802.71 | 3,210.84 | 3,210.84 | 3,210.84 |
| Alquileres locales | 1,647.36 | 1,647.36 | 1,647.36 | 1,647.36 | 6,589.44 | 1,729.73 | 1,729.73 | 1,729.73 | 1,729.73 | 6,918.91 | 7,264.86 | 7,628.10 |
| Mantenimiento | 675.84 | 675.84 | 675.84 | 675.84 | 2,703.36 | 709.63 | 709.63 | 709.63 | 709.63 | 2,838.53 | 2,980.45 | 3,129.48 |
| Agua, electricidad | 253.44 | 253.44 | 253.44 | 253.44 | 1,013.76 | 266.11 | 266.11 | 266.11 | 266.11 | 1,064.45 | 1,117.67 | 1,173.55 |
| Comunicaciones | 126.72 | 126.72 | 126.72 | 126.72 | 506.88 | 133.06 | 133.06 | 133.06 | 133.06 | 532.22 | 558.84 | 586.78 |
| Utiles de oficina | 422.40 | 422.40 | 422.40 | 422.40 | 1,689.60 | 443.52 | 443.52 | 443.52 | 443.52 | 1,774.08 | 1,862.78 | 1,955.92 |
| Promoción y Publicidad | 84.48 | 84.48 | 84.48 | 84.48 | 337.92 | 88.70 | 88.70 | 88.70 | 88.70 | 354.82 | 372.56 | 372.56 |
| Depreciación | 3,555 | 3,555 | 3,555 | 3,555 | 14,220 | 3,555 | 3,555 | 3,555 | 3,555 | 14,220 | 14,220 | 14,220 |
| Total Gastos Generales y de | \$ 15,573.24 | \$ 15,573.24 | \$ 15,573.24 | \$ 15,573.24 | \$ 62,292.96 | \$ 17,512.71 | \$ 17,512.71 | \$ 17,512.71 | \$ 17,512.71 | \$ 70,050.82 | \$ 74,282.88 | \$ 78,530.02 |
| Intereses Pagados | 823.04 | 779.55 | 734.96 | 689.24 | 3,026.79 | 642.37 | 594.32 | 545.06 | 494.55 | 2,276.30 | 1,447.23 | 531.35 |
| Utilidad antes de Impuestos | \$ 11,206.90 | \$ 11,250.39 | \$ 11,294.98 | \$ 11,340.70 | \$ 45,092.97 | \$ 10,828.26 | \$ 10,876.31 | \$ 10,925.58 | \$ 10,976.08 | \$ 43,606.23 | \$ 45,999.91 | \$ 48,755.16 |
| Impuesto sobre la renta | | | | | 11,273.24 | | | | | 10,901.56 | 11,499.98 | 12,188.79 |
| Utilidad Neta | \$ 11,206.90 | \$ 11,250.39 | \$ 11,294.98 | \$ 11,340.70 | \$ 33,819.73 | \$ 10,828.26 | \$ 10,876.31 | \$ 10,925.58 | \$ 10,976.08 | \$ 32,704.67 | \$ 34,499.93 | \$ 36,566.37 |

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

Tabla 46.

| Flujo de Caja Proyectado | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------|
| | Año 1 | | | | | | | | | | | | Total Año 1 |
| | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | |
| Utilidad Neta | \$ 2,735.82 | \$ 2,740.12 | \$ 2,744.46 | \$ 2,748.84 | \$ 2,753.25 | \$ 2,757.70 | \$ 2,762.18 | \$ 2,766.70 | \$ 2,771.26 | \$ 2,775.86 | \$ 2,780.50 | \$ 2,785.17 | \$ 24,841.40 |
| Más: | | | | | | | | | | | | | |
| Depreciación | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 1,185 | 14,220 |
| Menos: | | | | | | | | | | | | | |
| Amortizaciones | 516.31 | 520.61 | 524.95 | 529.32 | 533.74 | 538.18 | 542.67 | 547.19 | 551.75 | 556.35 | 560.98 | 565.66 | 6,487.71 |
| Flujo de Caja Neto | \$ 3,404.51 | \$ 3,404.51 | \$ 3,404.51 | \$ 3,404.51 | \$ 3,404.51 | \$ 3,404.51 | \$ 3,404.51 | \$ 3,404.51 | \$ 3,404.51 | \$ 3,404.51 | \$ 3,404.51 | \$ 3,404.51 | \$ 40,854.15 |

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

Tabla 47.

| Flujo de Caja Proyectado | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--|
| | Año 2 | | | | | Año 3 | | | | | Año 4 | Año 5 | |
| | Trimestre 1 | Trimestre 2 | Trimestre 3 | Trimestre 4 | Total | Trimestre 1 | Trimestre 2 | Trimestre 3 | Trimestre 4 | Total | | | |
| Utilidad Neta | \$ 11,206.90 | \$ 11,250.39 | \$ 11,294.98 | \$ 11,340.70 | \$ 33,819.73 | \$ 10,828.26 | \$ 10,876.31 | \$ 10,925.58 | \$ 10,976.08 | \$ 32,704.67 | \$ 34,499.93 | \$ 36,566.37 | |
| Más: | | | | | | | | | | | | | |
| Depreciación | 3,555 | 3,555 | 3,555 | 3,555 | 14,220 | 3,555 | 3,555 | 3,555 | 3,555 | 14,220 | 14,220 | 14,220 | |
| Menos: | | | | | | | | | | | | | |
| Amortizaciones | 1,725.42 | 1,768.91 | 1,813.51 | 1,859.22 | 7,167.06 | 1,906.09 | 1,954.14 | 2,003.40 | 2,053.91 | 7,917.55 | 8,746.62 | 9,662.50 | |
| Flujo de Caja Neto | \$ 13,036.48 | \$ 13,036.48 | \$ 13,036.48 | \$ 13,036.48 | \$ 40,872.67 | \$ 12,477.17 | \$ 12,477.17 | \$ 12,477.17 | \$ 12,477.17 | \$ 39,007.12 | \$ 39,973.32 | \$ 41,123.87 | |

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

Calculo de Rentabilidad proyectada.

| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Ventas | | 153,600.00 | 168,960.00 | 177,408.00 | 186,278.40 | 195,592.32 |
| Costo de los Bienes Vendidos | | 53,224.80 | 58,547.28 | 61,474.64 | 64,548.38 | 67,775.80 |
| Utilidad Bruta | | \$ 100,375.20 | \$ 110,412.72 | \$ 115,933.36 | \$ 121,730.02 | \$ 127,816.52 |
| Salarios | | 32,021.16 | 32,021.16 | 39,136.97 | 42,694.88 | 46,252.79 |
| Prestaciones | | 3,210.84 | 3,210.84 | 3,210.84 | 3,210.84 | 3,210.84 |
| Alquileres locales | | 6,000.00 | 6,589.44 | 6,918.91 | 7,264.86 | 7,628.10 |
| Mantenimiento | | 2,457.60 | 2,703.36 | 2,838.53 | 2,980.45 | 3,129.48 |
| Seguros | | 2,457.60 | - | - | - | - |
| Agua, electricidad | | 900.00 | 1,013.76 | 1,064.45 | 1,117.67 | 1,173.55 |
| Comunicaciones | | 480.00 | 506.88 | 532.22 | 558.84 | 586.78 |
| Utiles de oficina | | 1,500.00 | 1,689.60 | 1,774.08 | 1,862.78 | 1,955.92 |
| Promoción y Publicidad | | 300.00 | 337.92 | 354.82 | 372.56 | 372.56 |
| Depreciación | | 14,220.00 | 14,220.00 | 14,220.00 | 14,220.00 | 14,220.00 |
| Total Gastos Generales y de Admón | | \$ 63,547.20 | \$ 62,292.96 | \$ 70,050.82 | \$ 74,282.88 | \$ 78,530.02 |
| Intereses Pagados | | 3,706.14 | 3,026.79 | 2,276.30 | 1,447.23 | 531.35 |
| Utilidad antes de Impuestos | | \$ 33,121.86 | \$ 45,092.97 | \$ 43,606.23 | \$ 45,999.91 | \$ 48,755.16 |
| Impuesto sobre la renta | | 8,280.47 | 11,273.24 | 10,901.56 | 11,499.98 | 12,188.79 |
| Utilidad Neta | | \$ 24,841.40 | \$ 33,819.73 | \$ 32,704.67 | \$ 34,499.93 | \$ 36,566.37 |
| Más: | | | | | | |
| Depreciación | | 14,220.00 | 14,220.00 | 14,220.00 | 14,220.00 | 14,220.00 |
| Menos: | | | | | | |
| Amortizaciones | | 6,487.71 | 7,167.06 | 7,917.55 | 8,746.62 | 9,662.50 |
| Inversión Inicial | \$ 131,081.45 | | | | | |
| Flujo de Caja Neto | \$ (131,081.45) | \$ 32,573.68 | \$ 40,872.67 | \$ 39,007.12 | \$ 39,973.32 | \$ 41,123.87 |

| | | |
|-----------------------------------|----------------------|--|
| Periodo de Recuperación | 4 Años aprox. | |
| Valor Presente Neto | \$62,469.21 | |
| Tasa Interna de Retorno | 14.09% | |
| Retorno Sobre la Inversión | 24.78% | |
| Índice de Rentabilidad | 1.48 | |

Después de haber estudiado y analizado los presupuestos de ventas anuales y conocer los costos directos como son el costo bruto de las bombas, los seguros y fletes, el costo de transportación, costos fijos, además analizar la inversión y sus respectivos estados financieros, terminaremos en conocer si este proyecto es factible analizando los diferentes indicadores:

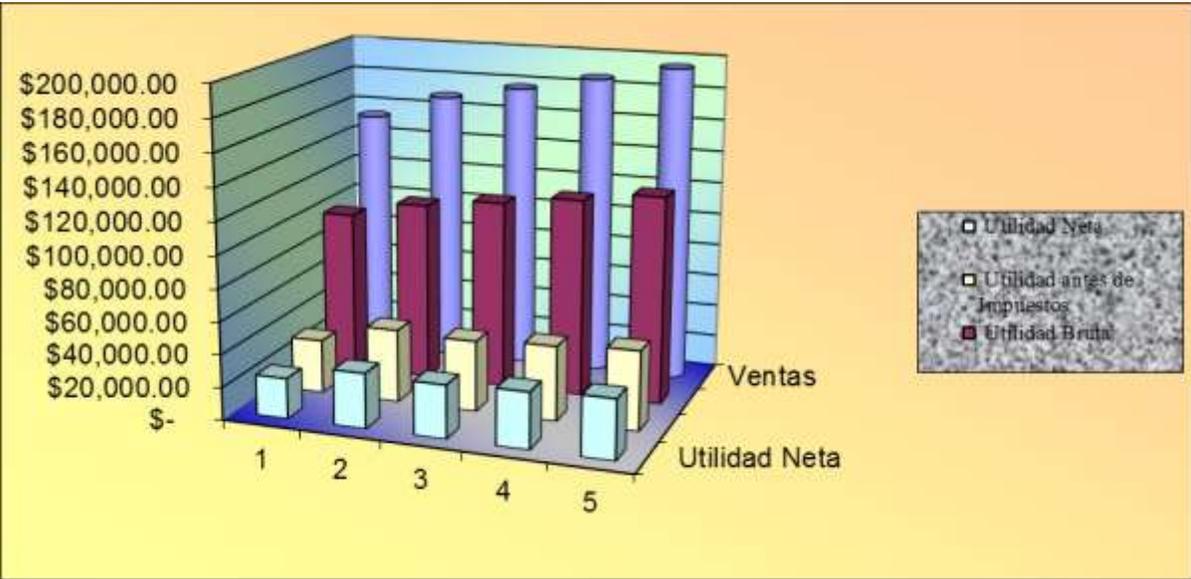
Tasa Interna De Retorno (TIR): este es un método de valoración de la inversión en cuanto mayor sea este más deseable será llevar a cabo el proyecto, para este caso la inversión que se realizará es la compra de las bombas centrifugas la TIR es de 14.00% es mayor a la tasa de interés pasiva 10% por lo tanto es rentable esta inversión.

Retorno Sobre La Inversión este es un indicador financiero que mide la rentabilidad de una inversión para este caso hay un ROI de 24.78% un porcentaje positivo y que mientras mayor es mejor rentabilidad.

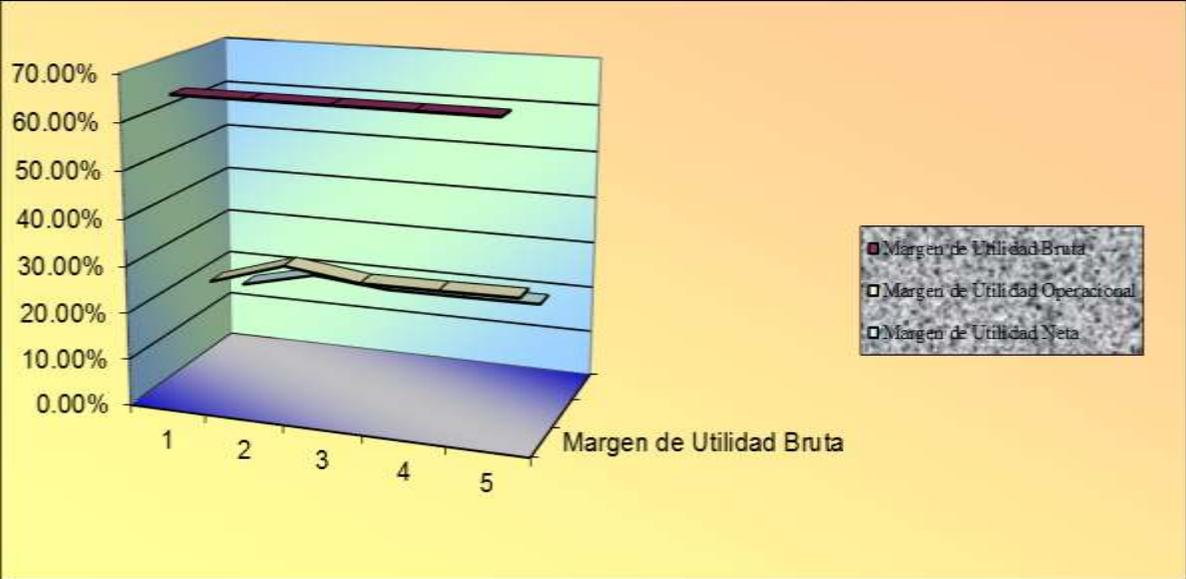
Índice De Rentabilidad mide el rendimiento que genera cada dólar invertido en el proyecto descontado al valor presente es decir que por cada dólar que invertimos se va ganado 0.48 ya que el valor de este índice arrojo 1.48.

Valor Presente Neto el valor presente neto ya con todos los indicadores antes mencionados es un valor positivo y mientras mayor sea a cero más rentable se convierte el proyecto agregando que la inversión se recupera en el cuarto año es decir un año antes ya que el proyecto está destinado para 5 años.

EVOLUCION DE RENTABILIDAD (SEGÚN ESTADO DE RESULTADOS).



EVOLUCION DE RENTABILIDAD (SEGÚN MARGEN DE UTILIDAD).



| INDICADORES DE RENTABILIDAD | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Margen de Utilidad Bruta | 65.35% | 65.35% | 65.35% | 65.35% | 65.35% |
| Margen de Utilidad Operacional | 21.56% | 26.69% | 24.58% | 24.69% | 24.93% |
| Margen de Utilidad Neta | 16.17% | 20.02% | 18.43% | 18.52% | 18.70% |

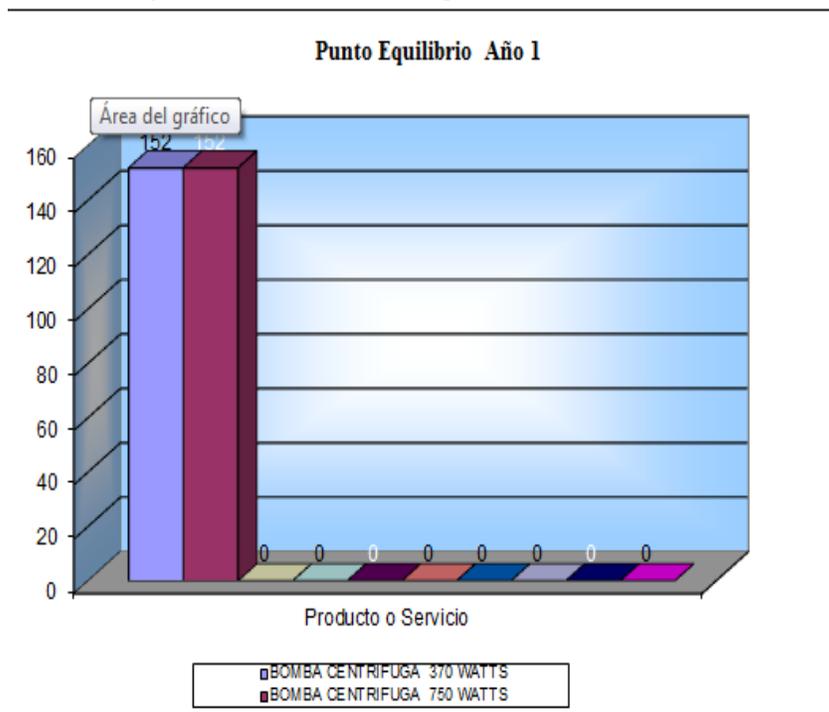
Punto de equilibrio operativo.

Tabla 48.

| No. | Producto o Servicio | Ventas del Primer Año | Porcentaje de Participación | Precio de Venta Unitario | Costo Variable Unitario | Margen de Contribución | Unidades de Equilibrio | Ingreso de Equilibrio |
|--------------------------------|----------------------------|-----------------------|-----------------------------|---|-------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|
| 1 | BOMBA CENTRIFUGA 370 WATTS | 240 | 50% | \$ 240.00 | \$ 89.11 | \$ 150.89 | 152 | \$ 36,466.37 |
| 2 | BOMBA CENTRIFUGA 750 WATTS | 240 | 50% | \$ 400.00 | \$ 132.66 | \$ 267.34 | 152 | \$ 60,777.28 |
| VOLUMEN TOTAL DE VENTAS | | 480 | 100% | Margen de Contribución Combinado | | \$ 209.12 | 304 | \$ 97,243.64 |

Fuente: Elaboración del grupo de investigación.

$$\text{Unidades Combinadas de Equilibrio} = \frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribucion Combinado}} = \frac{\$ 63,547.20}{\$ 209.12} = 303.89 \text{ Unids}$$



| Año | Ingreso de Equilibrio |
|-----|-----------------------|
| 1 | \$ 97,243.64 |
| 2 | \$ 95,324.33 |
| 3 | \$ 107,195.86 |
| 4 | \$ 113,672.00 |
| 5 | \$ 120,171.22 |

10. CONCLUSIONES

Para llevar a feliz término este plan de importación es conveniente tomar en cuenta las consideraciones siguientes:

- Se debe cumplir con ciertos requerimientos legales para poder convertirse en importador.
- Cuando sea necesario, lo mejor es asesorarse por un Agente Aduanal Autorizado, son éstos quienes mejor conocen todos los pormenores de los trámites de importación.
- El Agente Aduanal por sí sólo no puede actuar, hay que brindarle información y demás recursos para que haga eficientemente su trabajo.
- Hay que identificar a priori qué quiero importar, cuánto quiero importar, cómo lo voy a transportar, de dónde lo voy a traer, para qué lo quiero importar, quién va a manejar la importación, cómo se va a vender, cuál será el apoyo mercadológico que se le debe dar, etc.
- Determinar la rentabilidad de los productos a importar, considerando para tal fin las formas de comercializar de las empresas identificadas como competidores reales y potenciales.

11. RECOMENDACIONES.

- Establecer estrategias y políticas de ventas, además contratar al personal indicado para desarrollar la labor de ventas.
- Pedirle al gerente de mercadeo que desarrolle el marketing mix con el cual se apoyará al departamento de ventas.
- Establecer la garantía y el servicio técnico a ofertar a los clientes para facilitar la credibilidad del producto, de la marca y de la empresa.
- Ejecutar mejoras, en el plan, siempre que sea necesario. No siempre todo lo planificado sale como la gerencia lo desea, por lo tanto, hay que estar atento en dónde se está fallando para hacer la mejora del caso.

BIBLIOGRAFÍA.

Artículos.

- Artículo 4 Código Aduanero Único Centroamericano IV.
- Art. 13 Ley Orgánica de la Dirección General de Aduanas

Blogs.

- Chamorro Maribel. (2015), Ventajas y Desventajas de la Importación. Recuperado de:
blogspot.com,<http://ventajasydesventajasdelaimportacion.blogspot.com/>
- Martínez, V. (2014) recepción de mercancías. Recuperado de: <http://vanesamartinez.blogspot.com/2011/10/recepcion-de-mercancias-definicion.html>

Cátedra.

- López Ortiz, M.A. (septiembre 2013), *Comercio Internacional I.* (Cátedra de Comercio Internacional). Escuela de Mercadeo Internacional. Universidad de El Salvador.

Libro.

- Kotler, P. y Armstrong G. (octava edición), *Fundamentos de Marketing*, Editorial, Pearson.
- Recopilación de Leyes Tributarias (2007). *Código Tributario, Ley del Impuesto Sobre la Renta, Ley del IVA con sus Reglamentos y Concordancias, Leyes conexas* (41 Ed). El salvador. Editorial Jurídica Salvadoreña

Manuales.

- ASAC (2013-2014), *Orígenes de la logística, Manual de Carga internacional y logística*, 68 p.

Sitios web.

- Área de PIMES,(2015), *Guía de INCOTERMS2010*, Recuperado.<http://www.areadepymes.com/?tit=fob-free-on-board-libre-a-bordo->

puerto-de-carga-convenido-guia-de-incoterms-
2010&name=Manuales&fid=em0bcae

- Departamento de Agricultura. 09 de julio de 2015, Depósitos de documentos de la Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura FAO, <http://www.fao.org/docrep/w7452s/w7452s01.htm>.
- EFXTO Comunidad Forex, (2015), *importaciones*. Recuperado de: <https://www.efxto.com/diccionario/i/3841-importaciones>
- El Salvador, Organización Mundial de Comercio. (2015), *orígenes de la OMC*. Recuperado de: https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/who_we_are_s.htm.
- Fundamentos de marketing <http://fundamentos-del-marketing.blogspot.com/2012/08/proveedores-e-intermediarios.html>
- Ingeniería Civil, Proyectos y apuntes teórico-prácticos. <http://www.ingenierocivilinfo.com/2010/02/historia-de-la-hidraulica.html>
- Instituto Nacional de Comercio y Aduanas (2014-2015), INCOTERMS, Comercio Y Aduanas.com.mx, Recuperado de: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/135-que-es-incoterm-cif>.
- López, A. Cámara de Comercio e Industria de El Salvador. (2015), *ventajas del comercio internacional*. Recuperado de: <http://www.camarasal.com/blogs/ventajas-del-comercio-internacional/>
- Ministerio de hacienda, (2015), guía aduanera, Recuperado de: http://www.mh.gob.sv/portal/page/portal/PMH/Servicios/Descargas/Manuales/Guia_Aduanera_actualizada_ESPANOL.pdf

- Plan de marketing III, (2015). Dedicación de análisis de sector. Recuperado de:<http://laculturadelmarketing.com/plan-de-marketing-iii-primer-paso-analisis-del-sector/>

Tesis.

- Alvarenga, K, Cortez, R, Rosales, J. (2009) *Términos internacionales de comercio y su relación en los contratos de compraventa para importar o internar mercancías a el salvador que apliquen al sector ferretero del área metropolitana de san salvador.* (Tesis). Universidad de El Salvador. El Salvador.
- Arbizu Cacéres. J.A, Macías Muñoz, L.G, Martir Escobar, P.M, Rivera Espinoza, JI,(2003),Tesis, *Guía de procedimientos de importación de productos industriales,* (tesis) Universidad Centroamericana José Simeón Cañas. El Salvador.
- Cruz, C, Hernández, López, S. (2010). *tratamiento aduanal, tributario y contable de las operaciones derivadas de los diferentes regímenes aduaneros aplicables en el salvador,* (Tesis).Universidad de El Salvador. El Salvador.

ANEXOS

Guía de entrevista a agente Aduanal.



UNIVERSIDAD DE EL SAVADOR.
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS.
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL.

Como estudiantes egresados de la carrera Mercadeo Internacional, de la Universidad de El Salvador estamos ejecutando una investigación como parte de nuestro trabajo de graduación con el tema **PLAN DE IMPORTACION DE SISTEMAS HIDRAULICOS FABRICADOS EN CENTRO Y SUR AMERICA.**

Por la cual le solicitamos a usted nos pueda colaborar con esta entrevista para fines académicos y sustentar así nuestra investigación.

1. Institución: _____
2. Nombre: _____
3. Cargo: _____

Preguntas

1. ¿Cuáles son los requisitos para poder importar en el salvador?
2. ¿Cómo se hace para poder contactar proveedores en el exterior?
3. ¿Cuáles son las leyes que rigen el comercio internacional en el salvador?
4. ¿Por qué es considerado el CAUCA una normativa esencial para importar?
5. ¿Cuál es la función principal de un agente aduanal?
6. ¿Cuáles son los documentos necesarios para poder realizar la declaración de mercancías?
7. ¿Cómo realiza una declaración de mercancía?
8. ¿Cuál es el proceso de despacho de la mercadería al haber presentado la declaración?

CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD DE EL SAVADOR.
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS.
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL.

Objetivo: Realizar una serie de preguntas con el objeto de conocer la capacidad de importación de las empresas que venden sistema de bombeo de agua en el municipio de San Salvador y de igual forma su opinión del diseño de un plan de importación que facilite este proceso.

Indicación: Marque con una X la respuesta que considere pertinente.

PRIMERA PARTE: DATOS GENERALES.

1. Nombre de la empresa: _____
2. Cargo que ocupa en la empresa: _____
3. Rubro principal: _____

SEGUNDA PARTE.

1. ¿Conoce usted el proceso para importar sistema de bombeo de agua?

| | |
|----|--------------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> |
|----|--------------------------|

| | |
|----|--------------------------|
| No | <input type="checkbox"/> |
|----|--------------------------|

2. ¿la empresa donde usted labora importa las bombas de agua?

| | |
|----|--------------------------|
| si | <input type="checkbox"/> |
|----|--------------------------|

| | |
|----|--------------------------|
| No | <input type="checkbox"/> |
|----|--------------------------|

3. Si su respuesta es sí, ¿cuál es la complejidad que encuentra a la hora de importar éstos productos?

| | | |
|---|---|--------------------------|
| 1 | Encontrar proveedores en el extranjero. | <input type="checkbox"/> |
| 2 | Formas de pago | <input type="checkbox"/> |
| 3 | Elección de agencias para transportar mercadería. | <input type="checkbox"/> |
| 4 | Realizar trámites aduanales. | <input type="checkbox"/> |
| 5 | Tipo de cambio | <input type="checkbox"/> |

4. Si su respuesta es no, enuncie ¿Dónde son fabricadas los sistemas de bombeo de agua que vende la empresa en la que usted labora?

| | | |
|---|--------|--|
| 1 | Japón | |
| 2 | México | |
| 3 | Brasil | |
| 4 | Italia | |
| 5 | China | |

5. ¿Cuáles son los beneficios que brindan los sistemas de bombeo de agua que venden?

| | |
|-------------|--|
| Durabilidad | |
|-------------|--|

| | |
|-------------|--|
| Efectividad | |
|-------------|--|

6. ¿Cuáles son las marcas de sistema de bombeo de agua que vende la empresa?

| | | | |
|----------|--|----------|--|
| Franklin | | Taifu | |
| Lepono | | BBT | |
| Branco | | Pedrollo | |
| Honda | | Truper | |
| Potere | | Caprari | |

7. ¿Qué tipos de sistema de bombeo de agua son los que más se venden?

| | | |
|---|------------|--|
| 1 | Achicadora | |
| 2 | Cisterna | |
| 3 | Sumergible | |
| 4 | Piscina | |

8. ¿Cuáles de las siguientes variables considera usted que más inciden para que los clientes tomen la decisión de comprar sistemas de bombeo?

| | |
|--------|--|
| Precio | |
|--------|--|

| | |
|---------|--|
| Calidad | |
|---------|--|

| | |
|-------|--|
| Marca | |
|-------|--|

9. ¿Cuál es el rango de precios de la cisterna?

| | |
|--------------|--|
| Cisterna | |
| \$150-\$200 | |
| \$200- \$250 | |
| \$300-\$350 | |

10. ¿Cuál es el rango de precios de la achicadora?

| | |
|-------------|--|
| Achicadora | |
| \$250-\$300 | |
| \$300-\$350 | |
| \$350-\$400 | |
| \$400 o más | |

11. ¿Cuál es el rango de precios de sistema de bombeo para piscina?

| | |
|-------------|--|
| Piscina | |
| \$200-\$250 | |
| \$250-\$300 | |
| \$300-\$350 | |
| \$350-\$400 | |

12. ¿Rango de precios de sistema de bombeo sumergibles?

| | |
|-------------|-----|
| Sumergible | |
| \$200-\$250 | 25% |
| \$250-\$300 | 13% |
| \$300-\$350 | 50% |
| \$350-\$400 | 13% |

13. ¿Quiénes son sus clientes?

| | | |
|---|----------------------------|--|
| 1 | Instituciones de gobierno. | |
| 2 | Empresa privada. | |
| 3 | Personas naturales. | |

14. ¿Quiénes son sus competidores directos?

| | | |
|---|--------------|--|
| 1 | EPA | |
| 2 | HIDROSAGARRA | |
| 3 | IRRIPOZOS | |
| 4 | FREUND | |
| 5 | VIDRI | |
| 6 | VIDUC | |

15. Tiene conocimiento de la existencia de un plan/guía de importación de bombas de agua fabricadas en Centro y Sur América?

| | |
|----|--|
| Si | |
|----|--|

| | |
|----|--|
| No | |
|----|--|

16. ¿Estaría motivado a realizar una importación basándose en un plan que le facilite el proceso de importación?

| | |
|----|--|
| Si | |
|----|--|

| | |
|----|--|
| No | |
|----|--|

17. ¿Considera usted que tiene ventajas importar un producto?

| | |
|----|--|
| Si | |
|----|--|

| | |
|----|--|
| No | |
|----|--|

18. ¿Cuál ventaja cree que tienen mayor incidencia para importar equipo hidráulico para bombeo de agua?

| | |
|-------------------------------|--|
| Reducción de costos | |
| Diversidad de productos | |
| Exclusividad de distribución. | |

19. Ordene los pasos que conoce para llevar a cabo la importación de bombas de Agua.

| | | |
|----|--|--|
| 1 | Estudio del mercado para vender el producto. | |
| 2 | Identificación del producto. | |
| 3 | Registrarse como importador. | |
| 4 | Búsqueda de proveedores. | |
| 5 | Conocer trámites aduanales nacionales y extranjeros. | |
| 6 | Logística. | |
| 7 | Asesoría a través de agentes aduanales. | |
| 8 | Forma de compra | |
| 9 | Pagos arancelarios. | |
| 10 | Tipo de cambio de la moneda | |
| 11 | Desconoce | |

20. ¿Sabe cuáles de los siguientes requisitos son necesarios para registrarse como importador?

| | | |
|---|--|--|
| 1 | Solicitud dirigida a la Dirección General de Aduanas | |
| 2 | Registrarse con NIT de importador | |
| 3 | Documento Único de Identidad (DUI) | |
| 4 | Matricula de comercio vigente | |
| 5 | Desconoce | |

21. ¿De los trámites aduanales que se presentan a continuación cuales son de su conocimiento?

| | | |
|----|---------------------------------------|--|
| a) | Determinar clasificación de mercancía | |
| b) | Determinar los impuestos a pagar. | |
| c) | Elaborar declaración de mercancía. | |
| d) | Pagar monto determinado. | |
| e) | Presentar documentación a aduana. | |
| f) | Ninguna. | |

22. ¿Conoce acerca de las reglas de los incoterms y cuales utilizar en una importación?

| | |
|----|--|
| Si | |
|----|--|

| | |
|----|--|
| No | |
|----|--|

23. ¿Sabe dónde cancelar los impuestos de importación?

| | |
|----|--|
| Si | |
|----|--|

| | |
|----|--|
| No | |
|----|--|

24. ¿Conoce los documentos necesarios para realizar una importación?

| | |
|----|--|
| Si | |
|----|--|

| | |
|----|--|
| No | |
|----|--|

Cuestionario modificado después de la prueba piloto:



UNIVERSIDAD DE EL SAVADOR.
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS.
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL.

Objetivo: Realizar una serie de preguntas con el objeto de conocer la capacidad de importación de las empresas que venden sistema de bombeo de agua en el municipio de San Salvador y de igual forma su opinión del diseño de un plan de importación que facilite este proceso.

Indicación: Marque con una X la respuesta que considere pertinente.

PRIMERA PARTE: DATOS GENERALES.

1. Nombre de la empresa: _____
2. Cargo que ocupa en la empresa: _____
3. Rubro principal: _____

SEGUNDA PARTE.

1. ¿Conoce usted el proceso para importar sistema de bombeo de agua?

| | |
|----|--------------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> |
|----|--------------------------|

| | |
|----|--------------------------|
| No | <input type="checkbox"/> |
|----|--------------------------|

2. ¿Cómo adquiere el sistema de bombeo de agua la empresa donde usted labora?

| | |
|------------|--------------------------|
| Importados | <input type="checkbox"/> |
|------------|--------------------------|

| | |
|-----------------|--------------------------|
| Compras locales | <input type="checkbox"/> |
|-----------------|--------------------------|

3. Si su respuesta es sí, cual es la complejidad que encuentra a la hora de importar éstos productos?

| | | |
|---|---|--------------------------|
| 1 | Encontrar proveedores en el extranjero. | <input type="checkbox"/> |
| 2 | Formas de pago | <input type="checkbox"/> |
| 3 | Elección de agencias para transportar mercadería. | <input type="checkbox"/> |
| 4 | Realizar trámites aduanales. | <input type="checkbox"/> |
| 5 | Tipo de cambio | <input type="checkbox"/> |

4. Si su respuesta es no, enuncie ¿Dónde son fabricadas los sistemas de bombeo de agua que vende la empresa en la que usted labora?

| | | |
|---|--------|--|
| 1 | Japón | |
| 2 | México | |
| 3 | Brasil | |
| 4 | Italia | |
| 5 | China | |

5. ¿Cuáles son los beneficios que brindan los sistemas de bombeo de agua que venden?

| | |
|-------------|--|
| Durabilidad | |
|-------------|--|

| | |
|-------------|--|
| Efectividad | |
|-------------|--|

6. ¿Cuáles son las marcas de sistema de bombeo de agua que vende la empresa?

| | | | |
|----------|--|----------|--|
| Franklin | | Taifu | |
| Lepono | | BBT | |
| Branco | | Pedrollo | |
| Honda | | Truper | |
| Potere | | Caprari | |

7. ¿Qué tipos de sistema de bombeo de agua son los que más se venden?

| | | |
|---|------------|--|
| 1 | Achicadora | |
| 2 | Cisterna | |
| 3 | Sumergible | |
| 4 | Piscina | |

8. ¿Cuáles de las siguientes variables considera usted que más inciden para que los clientes tomen la decisión de comprar sistemas de bombeo?

| | |
|--------|--|
| Precio | |
|--------|--|

| | |
|---------|--|
| Calidad | |
|---------|--|

| | |
|-------|--|
| Marca | |
|-------|--|

9. ¿Cuál es el rango de precios de la cisterna?

| | |
|--------------|--|
| Cisterna | |
| \$150-\$200 | |
| \$200- \$250 | |
| \$300-\$350 | |

10. ¿Cuál es el rango de precios de la achicadora?

| | |
|-------------|--|
| Achicadora | |
| \$250-\$300 | |
| \$300-\$350 | |
| \$350-\$400 | |
| \$400 o más | |

11. ¿Cuál es el rango de precios de sistema de bombeo para piscina?

| | |
|-------------|--|
| Piscina | |
| \$200-\$250 | |
| \$250-\$300 | |
| \$300-\$350 | |
| \$350-\$400 | |

12. ¿Rango de precios de sistema de bombeo sumergibles?

| | |
|-------------|-----|
| Sumergible | |
| \$200-\$250 | 25% |
| \$250-\$300 | 13% |
| \$300-\$350 | 50% |
| \$350-\$400 | 13% |

13. ¿Quiénes son sus clientes?

| | | |
|---|----------------------------|--|
| 1 | Instituciones de gobierno. | |
| 2 | Empresa privada. | |
| 3 | Personas naturales. | |

14. ¿Quiénes son sus competidores directos?

| | | |
|---|--------------|--|
| 1 | EPA | |
| 2 | HIDROSAGARRA | |
| 3 | IRRIPOZOS | |
| 4 | FREUND | |
| 5 | VIDRI | |
| 6 | VIDUC | |

15. Tiene conocimiento de la existencia de un plan de importación de bombas de agua fabricadas en Centro y Sur América?

| | |
|----|--|
| Si | |
|----|--|

| | |
|----|--|
| No | |
|----|--|

16. ¿Estaría motivado a realizar una importación basándose en un plan que le facilite el proceso de importación?

| | |
|----|--|
| Si | |
|----|--|

| | |
|----|--|
| No | |
|----|--|

17. ¿Considera usted que tiene ventajas importar un producto?

| | |
|----|--|
| Si | |
|----|--|

| | |
|----|--|
| No | |
|----|--|

18. ¿Cuál ventaja cree que tienen mayor incidencia para importar equipo hidráulico para bombeo de agua?

| | |
|-------------------------------|--|
| Reducción de costos | |
| Diversidad de productos | |
| Exclusividad de distribución. | |

19. Ordene los pasos que conoce para llevar a cabo la importación de bombas de Agua.

| | | |
|---|--|--|
| 1 | Estudio del mercado para vender el producto. | |
| 2 | Identificación del producto. | |
| 3 | Registrarse como importador. | |
| 4 | Búsqueda de proveedores. | |
| 5 | Conocer trámites aduanales nacionales y extranjeros. | |
| 6 | Logística. | |
| 7 | Asesoría a través de agentes aduanales. | |
| 8 | Forma de compra | |
| 9 | Pagos arancelarios. | |

| | | |
|----|-----------------------------|--|
| 10 | Tipo de cambio de la moneda | |
| 11 | Desconoce | |

20. ¿Sabe cuáles de los siguientes requisitos son necesarios para registrarse como importador?

| | | |
|---|--|--|
| 1 | Solicitud dirigida a la Dirección General de Aduanas | |
| 2 | Registrarse con NIT de importador | |
| 3 | Documento Único de Identidad (DUI) | |
| 4 | Matricula de comercio vigente | |
| 5 | Desconoce | |

21. ¿De los trámites aduanales que se presentan a continuación cuales son de su conocimiento?

| | | |
|----|---------------------------------------|--|
| a) | Determinar clasificación de mercancía | |
| b) | Determinar los impuestos a pagar. | |
| c) | Elaborar declaración de mercancía. | |
| d) | Pagar monto determinado. | |
| e) | Presentar documentación a aduana. | |
| f) | Ninguna. | |

22. ¿Conoce acerca de las reglas de los incoterms y cuales utilizar en una importación?

| | |
|----|--|
| Si | |
|----|--|

| | |
|----|--|
| No | |
|----|--|

23. ¿Sabe dónde cancelar los impuestos de importación?

| | |
|----|--|
| Si | |
|----|--|

| | |
|----|--|
| No | |
|----|--|

24. ¿Conoce los documentos necesarios para realizar una importación?

| | |
|----|--|
| Si | |
|----|--|

| | |
|----|--|
| No | |
|----|--|