

DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL, PLAN DE MEJORAMIENTO, PLAN DE IMPACTO
Y PLAN DE IMPORTACIÓN PARA LA EMPRESA KOREA PARTES

ALEJANDRO GONZÁLEZ PELÁEZ

UNIVERSIDAD DE IBAGUÉ

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

IBAGUÉ (TOLIMA)

2020

DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL, PLAN DE MEJORAMIENTO, PLAN DE IMPACTO Y PLAN
DE IMPORTACIÓN PARA LA EMPRESA KOREA PARTES

TRABAJO DE GRADO DESARROLLADO POR:

ALEJANDRO GONZÁLEZ PELÁEZ

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE:

ADMINISTRADOR EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

TRABAJO DIRIGIDO POR:

ANDRÉS FELIPE SÁNCHEZ PELÁEZ

UNIVERSIDAD DE IBAGUÉ

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

BAGUÉ -TOLIMA

2020

Tabla de contenido

1.	Introducción	12
2.	Justificación.....	14
3.	Objetivos	16
3.1	Objetivo General.....	16
3.2	Objetivos Específicos.....	16
4.	Planteamiento del problema.....	17
5.	Antecedentes	19
6.	Marco teórico	21
7.	Marco conceptual	23
7.1	Organización.....	23
7.2	Diagnóstico empresarial.....	23
7.3	Planificación empresarial	23
7.4	Autopartes	24
7.5	Análisis Situacional	24
7.6	Incoterms	24
7.7	Importación.....	24
7.8	Plan De Mejoramiento	24
8.	Diseño Metodológico.....	26
9.	Análisis situacional del funcionamiento de la empresa Korea partes.....	28
9.1	Área de Dirección estratégica.....	30
9.2	Área De Mercadeo	34
9.3	Área De Producción	39
9.4	Área De Contabilidad y finanzas	45
9.5	Área De Gestión Del Talento Humano	51
9.6	Área De Aspectos Legales	55
9.7	Área De Aspectos Ambientales	58
10.	Factores internos y externos que afectan el funcionamiento de la empresa	60
11.	Plan de mejoramiento para los procesos determinados como debilidades	65
11.1	Área de dirección estratégica.....	65

11.1.1	balanced scorecard o cuadro de mando integral	65
11.2	área de mercadeo	67
11.2.1	divulgación y promoción del portafolio de servicios	67
11.2.2	empleo de plataformas virtuales para publicación de boletines, comunicados de prensa o volantes de divulgación local	68
11.2.3	fortalecimiento de la comunicación ascendente, descendente y horizontal dentro de la organización	70
11.3	fortalecimiento del área de producción	71
	redistribución de la planta física.	71
11.4	fortalecimiento del área de contabilidad y finanzas.....	74
11.4.1	gestión financiera y presupuestos.	74
11.5	fortalecimiento del área de gestión del talento humano	75
11.5.1	estructura del personal y organigrama	75
11.5.2	implementación de formatos de descripción de funciones y perfiles	77
12.	Cronograma.....	78
13.	Plan de importación	79
13.1	colombia.....	79
13.1.1	entorno político	79
13.1.2	entorno económico	80
13.1.3	tasa de desempleo	81
13.1.4	índice de precios al consumidor (ipc).	82
13.1.5	acuerdos comerciales vigentes para colombia.....	84
14.	Producto	90
14.1	tipos de rodamientos	91
14.2	diseño	91
14.3	partida arancelaria	92
14.3.1	perfil de la mercancía	93
14.3.2	medidas de exportación e importación.....	93
15.	Lista de países exportadores para el producto seleccionado.....	94
15.1	matriz de selección	96
16.	China.....	97
16.1	entorno político	97

16.2	entorno económico	98
16.3	tasa representativa del mercado	99
16.4	tasa de inflación	99
16.5	distancia geográfica.....	100
17.	Alemania	100
17.1	entorno político	101
17.2	entorno económico.....	101
17.3	tasa representativa del mercado	102
17.4	tasa de inflación	102
17.5	distancia geográfica.....	103
18.	Japon	103
18.1	entorno político	104
18.2	entorno económico	105
18.3	tasa representativa del mercado	105
18.4	tasa de inflación	106
18.5	distancia geográfica.....	106
19.	Cuadro matriz de selección	108
19.1	mercado seleccionado	109
19.1.1	alemania.....	109
19.1.2	logística de importación	109
19.1.3	ruta marítima.....	110
19.1.4	incoterms	111
20.	Conclusiones	113
	bibliografía	117

Tabla de gráficas

GRÁFICA 1. RESULTADOS GENERALES DE LA EMPRESA.....	29
GRÁFICA 2. RESULTADOS DEL ÁREA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.	31
GRÁFICA 3. RESULTADOS DEL ÁREA MERCADEO.	35
GRÁFICA 4.RESULTADOS DEL ÁREA PRODUCCIÓN Y PRESTACIÓN DEL SERVICIO.	41
GRÁFICA 5. RESULTADOS DEL ÁREA CONTABILIDAD Y FINANZAS.	47
GRÁFICA 6.RESULTADOS DEL ÁREA DE TALENTO HUMANO.....	52
GRÁFICA 7.RESULTADOS DEL ÁREA DE ASPECTOS LEGALES.....	55
GRÁFICA 8.RESULTADOS DEL ÁREA DE ASPECTOS AMBIENTALES.....	59

Tabla de ilustraciones

ILUSTRACIÓN 1. MÓDULO DE DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL	26
ILUSTRACIÓN 2. CD CON EL ARCHIVO.....	27
ILUSTRACIÓN 3.EVIDENCIAS DE SOPORTE CONOCIMIENTO DE LA COMPETENCIA EN EL SECTOR ALEDAÑO	33
ILUSTRACIÓN 4.REGISTRO DE DOCUMENTO POSTVENTA / ORDEN DE SERVICIO.	37
ILUSTRACIÓN 5.REGISTRO DE LAS VENTAS, CUENTAS POR COBRAR Y PAGAR DE LA EMPRESA KOREA PARTES.....	38
ILUSTRACIÓN 6.PORTAFOLIO DE PRODUCTOS.	39
ILUSTRACIÓN 7.EVIDENCIA SOPORTE DE MANEJO DE INVENTARIOS DE LA EMPRESA KOREA PARTES	43
ILUSTRACIÓN 8.EVIDENCIA SOPORTE DE MANEJO DE COSTOS, FACTURAS, Y PEDIDOS A PROVEEDORES.	44
ILUSTRACIÓN 9.EVIDENCIA SOPORTE DE DISTRIBUCIÓN DE PLANTA FÍSICA DE LA EMPRESA KOREA PARTES.....	45
ILUSTRACIÓN 10.EVIDENCIA SOPORTE DE REGISTRO DE CUENTAS POR COBRAR Y PAGAR DE LA EMPRESA KOREA PARTES.....	49
ILUSTRACIÓN 11.EVIDENCIA SOPORTE DEL REGISTRO CONTABLE.	50
ILUSTRACIÓN 12.EVIDENCIA SOPORTE DEL REGISTRO CONTABLE.	51
ILUSTRACIÓN 13.EVIDENCIA SOPORTE REGISTRO Y PAGO DE NÓMINA DE LA EMPRESA KOREA PARTES.....	54
ILUSTRACIÓN 14.EVIDENCIA DOCUMENTO SOPORTE DE CONSTITUCIÓN Y REGISTRO DE LA EMPRESA. CÁMARA DE COMERCIO	57
ILUSTRACIÓN 15.EVIDENCIA GESTIÓN DE RESIDUOS EN TALLER AUTOMOTRIZ. DE LA EMPRESA KOREA PARTES.	60
ILUSTRACIÓN 16.MODELO CUADRO DE MANDO INTEGRAL PARA EJECUTAR DENTRO DE LA EMPRESA KOREA PARTES.....	66

ILUSTRACIÓN 17.PORTAFOLIO DE PRODUCTOS DE LA EMPRESA KOREA PARTES.....	67
ILUSTRACIÓN 18. MANEJO DE PLATAFORMAS DE COMUNICACIONES DIGITALES, PRENSA, BOLETINES...	69
ILUSTRACIÓN 19.PANORAMA ACTUAL DE LA BODEGA (IZQUIERDA), MECANISMO DE ALMACENAMIENTO A IMPLEMENTAR (DERECHA).	72
ILUSTRACIÓN 20.PANORAMA ACTUAL DEL AMBIENTE (IZQUIERDA), MECANISMO DE PRIVACIDAD, DIVISIÓN Y SEÑALIZACIÓN A IMPLEMENTAR (DERECHA).	73
ILUSTRACIÓN 21.REORGANIZACIÓN DEL ESPACIO BAJO EL PLANO DE LA INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA.	74
ILUSTRACIÓN 22.ORGANIGRAMA EMPRESA KOREA PARTES.	76
ILUSTRACIÓN 23.BANDERA DE COLOMBIA.....	79
ILUSTRACIÓN 24.TASA GLOBAL DE PARTICIPACIÓN, OCUPACIÓN Y DESEMPLEO.....	81
ILUSTRACIÓN 25.ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR.....	82
ILUSTRACIÓN 26.ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR.....	83
ILUSTRACIÓN 27. RODAMIENTOS DE BOLAS KOREA PARTES.....	90
ILUSTRACIÓN 28. DISEÑO DE RODAMIENTO DE BOLAS CON SUS PARTES.	91
ILUSTRACIÓN 29.PARTIDA ARANCELARIA DE RODAMIENTOS DE BOLA.	92
ILUSTRACIÓN 30. PERFIL DE LA MERCANCÍA.	93
ILUSTRACIÓN 31. MEDIDAS DE EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN.	93
ILUSTRACIÓN 32.LISTA DE PAÍSES EXPORTADORES DE RODAMIENTOS CON BOLA.....	94
ILUSTRACIÓN 33.LISTA DE PAÍSES EXPORTADORES DE RODAMIENTOS CON BOLA.....	95
ILUSTRACIÓN 34.LISTA DE PAÍSES EXPORTADORES DE RODAMIENTOS CON BOLA, POR SU VALOR EN DÓLARES.	96
ILUSTRACIÓN 35.BANDERA DE CHINA.	97
ILUSTRACIÓN 36.CAMBIO DE DIVISA CHINA A PESO COLOMBIANO.....	99

ILUSTRACIÓN 37. IPC GENERAL PARA CHINA.	99
ILUSTRACIÓN 38. DISTANCIA GEOGRÁFICA POR RUTA MARÍTIMA CHINA- COLOMBIA.	100
ILUSTRACIÓN 39. BANDERA DE ALEMANIA.	100
ILUSTRACIÓN 40. CAMBIO DE DIVISA DE EURO A PESO COLOMBIANO.	102
ILUSTRACIÓN 41. IPC GENERAL ALEMANIA.	102
ILUSTRACIÓN 42. DISTANCIA GEOGRÁFICA POR RUTA MARÍTIMA ENTRE ALEMANIA Y COLOMBIA.	103
ILUSTRACIÓN 43. BANDERA DE JAPÓN.	103
ILUSTRACIÓN 44. TASA REPRESENTATIVA DEL MERCADO EN JAPÓN.	105
ILUSTRACIÓN 45. TASA DE INFLACIÓN EN JAPÓN.	106
ILUSTRACIÓN 46. DISTANCIA GEOGRÁFICA POR RUTA MARÍTIMA ENTRE JAPÓN Y COLOMBIA.	106
ILUSTRACIÓN 47. INCOTERMS SEGÚN OBLIGACIONES REQUERIDAS POR EL COMPRADOR Y EL VENDEDOR.	111

Índice de tablas

TABLA 1.RESULTADOS GENERALES DE LA EMPRESA RESPECTO A SU ÁREA FUNCIONAL.....	28
TABLA 2. . RESULTADOS PARA EL ÁREA DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.	30
TABLA 3.CALIFICACIÓN ÁREA DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.	31
TABLA 4 . RESULTADOS PARA EL ÁREA DE MERCADEO.	34
TABLA 5. CALIFICACIÓN ÁREA DE MERCADEO.....	35
TABLA 6. RESULTADOS PARA EL ÁREA DE PRODUCCIÓN.	40
TABLA 7. CALIFICACIÓN ÁREA DE PRODUCCIÓN	40
TABLA 8.RESULTADOS PARA EL ÁREA DE CONTABILIDAD Y FINANZAS.	46
TABLA 9.CALIFICACIÓN ÁREA DE CONTABILIDAD Y FINANZAS.....	46
TABLA 10. RESULTADOS PARA EL ÁREA DE TALENTO HUMANO.....	51
TABLA 11.CALIFICACIÓN ÁREA DE TALENTO HUMANO.	52
TABLA 12.RESULTADOS PARA EL ÁREA DE ASPECTOS LEGALES.	55
TABLA 13.CALIFICACIÓN ÁREA DE TALENTO HUMANO.....	55
TABLA 14.RESULTADOS PARA EL ÁREA DE ASPECTOS AMBIENTALES.	58
TABLA 15.CALIFICACIÓN PARA EL ÁREA DE ASPECTOS AMBIENTALES.....	58
TABLA 16.ASPECTOS INTERNOS (FORTALEZAS Y DEBILIDADES).....	61
TABLA 17.ASPECTOS EXTERNOS (OPORTUNIDADES Y AMENAZAS).....	61
TABLA 18.MATRIZ DOFA DE LA EMPRESA KOREA PARTES.	62
TABLA 19.MECANISMOS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN DENTRO DE LA EMPRESA.....	70
TABLA 20. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA PLAN DE MEJORAMIENTO.....	78
TABLA 21.DATOS GENERALES SOBRE COLOMBIA.....	79
TABLA 22.MATRIZ DE SELECCIÓN DE LOS PAÍSES.	96
TABLA 23.DATOS SOBRE CHINA.....	97

TABLA 24. DATOS GENERALES DE ALEMANIA.....	101
TABLA 25.DATOS GENERALES SOBRE JAPÓN.....	103
TABLA 26.MATRIZ DE SELECCIÓN.	108
TABLA 27.DISTANCIA GEOGRÁFICA CALCULADA ENTRE LOS DOS PUERTOS CON RECORRIDO DIRECTO ENTRE ALEMANIA Y COLOMBIA.	110

1. Introducción

Conocer la situación actual de la organización y los problemas que imposibilitan su progreso, se ha convertido en una herramienta importante que permite evaluar de carácter valorativo, el estatus en el que se encuentra la organización, con el fin de tomar decisiones que ayudaran en el cumplimiento de las metas proyectadas dentro del factor tiempo estimado (Portugal, 2017). Dentro de las empresas este tipo de metodologías, permiten que la ejecución de sus procesos sobresalga, logrando hallar su factor competitivo frente a las demás organizaciones, alcanzando un nivel sobresaliente de participación dentro del mercado, generando repercusiones positivas desde el ámbito económico.

Estudios realizados, sostienen que el diagnostico empresarial, le permite al propietario de la pequeña y mediana empresa (PyMe), contar con un panorama en tiempo real de la situación actual de su organización, es por tanto que el análisis integral de cada una de las áreas, conllevan al logro de una misión y el cumplimiento de unos objetivos estratégicos, en un contexto real de la situación actual, para contar con bases sólidas de información y realización de planes a largo plazo (Domínguez *et al.*, 2014).

Es así, como el estudio del grado de madurez de la empresa, respecto a su situación actual, y cuál es el rumbo que debe seguir para la consecución de sus metas, se ha convertido en un punto trascendental para la empresa *Korea Partes*, la cual espera que con la evaluación de cada uno de sus procesos internos, logre estar a la vanguardia, no solo en el mercado local, si no en la búsqueda de alternativas en los mercados nacionales, que les permita perpetrar su competitividad y los trascienda al mercado internacional, a partir de la proyección de una organización con miras al futuro, llena de factores competitivos en el mercado de los repuestos que se apoye en el fortalecimiento de las capacidades con las que cuenta su empresa.

Finalmente al analizar el desarrollo del país, de las diversas disciplinas invitadas al debate, la administración empresarial, tiene a su cargo tanto el desarrollo económico como social de un país, de esta manera la gestión de una organización, aborda no solamente los conocimientos tecnológicos reflejados en la gestión organizacional que apunta a la eficiencia económica, sino que se orienta a la comprensión social de las conductas humanas en las organizaciones (Calderón *et al.*, 2011), donde los actores son parte fundamental comprometida con lo que se hace dentro de la misma , siendo así como la empresa y el empresariado, adquieren un renovado interés para el desarrollo de su país o región (Dávila, 2005).

2. Justificación

Aspectos como la Productividad, la eficiencia y la calidad han pasado a ocupar un lugar central en la preocupación de hombres de empresa e investigadores, tomándose conciencia de la necesidad, de lograr organizaciones que ofrezcan mayores posibilidades de desarrollo a sus miembros, incrementando el interés por la creación de empresas, con mejores formas de configuración, que permitan mayores niveles de productividad y calidad, conduciendo a consideraciones necesarias, que establezcan bases sobre las que se apoye la posibilidad de hacer afirmaciones sobre el funcionamiento de la organización y, eventualmente, recomendaciones para su cambio (Valenzuela *et al.*,2010).

Toda empresa necesita conocer cómo se encuentra internamente, *Korea partes*, no es una excepción a esta necesidad, por lo cual se hace necesario reconocer el estado actual y las posibles alternativas de mejora, tanto en productividad, finanzas, recursos humanos, administración y demás áreas de la organización.

El proceso natural de crecimiento de una empresa le imposibilita continuar haciendo uso de los mismos esquemas organizativos por prolongados periodos de tiempo, más aún, cuando la organización ha sido sometida a cambios de importancia, es por ello, que el actual mundo empresarial, no solo se enfatiza en la búsqueda de la mejora de sus procesos, sino en la renovación, para garantizar rentabilidad en el plazo planeado y con ello lo más importante, permanencia en el mercado (Bravo *et al.*, 2019).

En este sentido el diagnostico organizacional elaborado sistemáticamente, que aborda todos los componentes, se convierte en estrategia fundamental para el logro de los objetivos empresariales, asegurando la rentabilidad, posicionamiento y competitividad de la empresa.

Por tanto establecer los objetivos que se persiguen, con el diagnóstico organizacional permite conocer la situación real de la empresa en un momento dado, para descubrir problemas y áreas de oportunidad (Asencio *et al.*, 2017), proveyendo al interesado una visión panorámica, en busca de generar eficiencia en la empresa a través de cambios sustanciales, maximizando oportunidades y minimizando amenazas, haciendo uso eficiente de los recursos organizacionales.

Finalmente, el empresario tiene la necesidad de conocer su entorno organizacional, para orientar adecuadamente las actividades productivas, necesarias para el desarrollo empresarial y sobre todo para que todos logren un nivel de productividad adecuado a las exigencias del mercado nacional e internacional, puesto que para entender el proceso administrativo y su aplicación en las empresas, es fundamental entender a aquel como un sistema con objetivos determinados, que funciona gracias a insumos, procesos productivos, productos (resultados), que se “autorregulan” por la evaluación continua de su funcionamiento (Asencio *et al.*, 2017).

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Establecer un diagnostico empresarial sobre el funcionamiento completo de la empresa Korea Partes, que permita apreciar las debilidades a corregir mediante planes de mejoramiento, que permita desarrollar un plan de importación para rodamientos.

3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un análisis situacional que revele el estado actual de la organización, que permita detectar las áreas de mayor oportunidad como de mayor deficiencia dentro del funcionamiento de la empresa.
- Identificar los factores internos y externos que afectan la productividad como el funcionamiento de la empresa.
- Diseñar e implementar planes de mejoramiento para las áreas estratégicas con procesos determinados como debilidades, que favorezcan el crecimiento y posicionamiento de la organización.
- Identificar un plan de importación acorde a las necesidades y requerimientos de la empresa que permita incrementar su competitividad en el mercado interior.

4. Planteamiento del problema

Actualmente no solo las fuerzas internas cuentan con un papel trascendental en la compañía, sin lugar a dudas los factores externos, son lo suficiente importantes como para afectar el balance de la organización, puesto que se traducen en diferentes fenómenos tales como cambios en la demanda de los consumidores, cambios en la economía extranjera, rivalidad entre empresas competidoras , ingreso de nuevas organizaciones al mercado, desarrollo potencial de productos sustitutos, poder de negociación tanto de proveedores como de consumidores; situaciones que afectan los tipos de bienes y servicios desarrollados, el posicionamiento estratégico empresarial, y las estrategias de segmentación del mercado (Bravo *et al.*, 2019).

El aumento de complejidad del entorno de la organización, demanda cambios correspondientes en la complejidad de la misma, generando que hoy por hoy las empresas se vean obligadas a trabajar con una estructura dinámica; Resaltando el hecho de que una organización que no se reinventa y cambia permanentemente, sufre un proceso natural de deterioro, donde no solo envejece su equipo sino también su talento humano, llevándolo a un estado obsoleto (Valenzuela *et al.*, 2010).

Los principales problemas en las empresas, radican principalmente en falta de planeación, control y dirección, donde la ausencia de estudios preventivos, habilidades administrativas, escasez de personal calificado, inflación, así como la innovación de los ambientes globales, propician, procesos continuos de transformación en las estructuras de las empresas (Domínguez *et al.*, 2014).

Es así como la empresa Korea partes, no es ajena a la necesidad de contar con herramientas empresariales de análisis que le permitan hacer eficiente su gestión, teniendo en cuenta que se encuentra inmersa en un sector del mercado con bastantes complejidades, puesto que en Colombia el mercado ilegal de repuestos es una realidad. Las ventas de autopartes efectuadas en el 7 de agosto, en

la Caracas y en los san andresitos son un enorme problema, para los empresarios del sector automotor colombiano; La mayoría de estos repuestos provienen de China, Japón y Taiwán, todos ellos se caracterizan no solo porque no son originales sino, también porque no pagan impuestos ni aranceles, lo cual permite su oferta a un precio mucho más llamativos que los que presentan los originales. (Redacción Semana, 2017).

Sumado a esto, la actualidad del mercado ilegal de autopartes constituye un 49% del sector de repuestos para carros y motos, según cifras en general, el comercio de autopartes cuesta ocho mil millones de dólares de los cuales cuatro mil millones corresponden al mercado negro, red que se nutre de fuentes nacionales y extranjeras, producto de vehículos robados y ventas de las autopartes robadas, que obedecen a la baja penalidad que expone el hurto en cuestión, no sin antes olvidar el aporte extranjero de vehículos “deshuesados” provenientes de estados unidos, Venezuela, y Ecuador. Otro factor que afecta con gran consideración, obedece a las reformas tributarias que con un aumento del IVA en 3%, ha encarecido no solo los productos del sector, sino de la economía en general (Redacción comercio exterior, 2018; Rivera & Padilla, 2016).

La anterior situación permite establecer la siguiente pregunta de investigación

¿Qué factores afectan el funcionamiento, crecimiento y participación de la empresa en el mercado local?

5. Antecedentes

Los diálogos con el gerente de la empresa Korea Partes, acerca del tiempo de permanencia de su empresa en el mercado regional permiten percibir, que aunque es una organización que cuenta con gran período de comercialización de autopartes, es una organización, que no posee estudios consolidados acerca de su funcionamiento y que solo cuenta con la evaluación periódica de ciertos aspectos, como lo son: el estudio de sus proveedores que se han convertido en sus grandes aliados, información que se ha generado producto de análisis informales y debates en las reuniones corporativas celebradas semestralmente, en la que se evalúan constantemente la oferta de colaboración de cada proveedor, comparando y valorando ventajas, de acuerdo a los productos suministrados, su exclusividad, la eficiencia relacionada con la atención de los pedidos, plazos de entrega, canales de comunicación, la gestión de cobros y pagos, así como la innovación, lo cual los ha llevado a su fidelización con las empresas Bulira S.A, Importadora latina de repuestos S.A, HCM repuestos, Jaferpa S.A, y José H Castilla. Por otro lado, la evaluación del desempeño y satisfacción laboral de los funcionarios que integran su empresa, ha sido percibida por su gerente como un tipo de diagnóstico, donde por medio de la observación de sus empleados con relación al cumplimiento de los requisitos de trabajo, así como las habilidades y cualidades que manejan con gran destreza dentro del panorama laboral, son aspectos de frecuente monitoreo que aunque no cuentan con ningún registro documental, del proceso, le permite apreciar el desempeño en cuestión de aspectos como calidad del trabajo, cantidad de trabajo desempeñada, conocimiento y asistencia. Adicionalmente afirma que otro proceso del cual considera que se tiene una valoración frecuente, se relaciona con el control y diagnóstico de sus inventarios actividad que se desempeña mensualmente, en el que además de clasificarse los productos por costo unitario, valor de inventario, y de utilización, se monitorea constantemente su rotación.

El final de la comunicación con el gerente de la empresa Korea partes, permite definir que el presente estudio actuará como el primer documento de estrategia pionera para la empresa, que les facilitará adoptar decisiones rápidas, y alcanzar posiciones avanzadas en cuestión de ventajas competitivas, ya que no cuentan con diagnósticos o estudios formalmente documentados durante su carrera dentro del mercado de ventas de autopartes.

6. Marco teórico

Para comprender los aspectos conceptuales que implica el diagnóstico organizacional, dentro de una empresa, se hace necesario estudiar la perspectiva teórica del diagnóstico empresarial, desde el punto de vista de diversos autores que dieron origen a las diversas concepciones:

En el año 1964, Weber, en sus estudios sobre la organización ideal, define, que el tipo de organización ideal obedece al proceso racionalizador y continuo de las elecciones de formas más eficientes para conseguir determinados resultados; por otro lado Lawler, Nadler y Camman (1980), enfatizan que la búsqueda de la eficiencia organizacional, cuenta con tres herramientas principales, entre las cuales se encuentran, las herramientas conceptuales, con la comprensión de los conceptos y teorías de cómo funciona una organización, seguido por las técnicas y procesos de medición, que evalúen la efectividad de una organización y las tecnologías de cambio que permitan cambiar las pautas de comportamiento (Rodríguez, 2015).

Años más tarde Luhman (1997), determina que aunque la viabilidad de las organizaciones sólo puede consumarse en intercambios energéticos, y materiales con el entorno, sus modos de proceder solo pueden ser tomados desde sí mismas (Arnold-Cathalifaud, 2008), consecutivamente David en el año (2003), plantea la necesidad de una auditoría integral de la organización, para abarcar la evaluación del entorno (factores externos) y la evaluación de las fortalezas y debilidades de la empresa (factores internos)(Bravo *et al.*, 2019), posteriormente, Francés (2001), define el diagnóstico organizacional, como el análisis del entorno para identificar las fortalezas y debilidades, en tanto, Thompson y Strickland (2004), sugieren que el diagnóstico implica considerar dos grupos de factores: 1) las condiciones competitivas y de la industria y 2) las capacidades competitivas, recursos, fortalezas y debilidades internas, y la posición en el mercado que ocupan las organizaciones; Otras de las aproximaciones recientes a los enfoques teóricos fue realizada por Romagnoli en (2014), que

define el diagnóstico organizacional como una herramienta sencilla y de gran utilidad a los fines de conocer la situación actual de una organización y los problemas que impiden su crecimiento, sobrevivencia o desarrollo.

Evidentemente el progresivo desarrollo de la sociedad se ha reflejado en la evolución de la concepción del diagnóstico empresarial, que se ha manifestado en la evolución de los conceptos sobre el diagnóstico organizacional, caracterizados por perseguir el mismo fin, sin importar el transcurrir de las décadas, y que obedece principalmente, a la capacidad de movilizar los esfuerzos y todas las actividades que se llevan a cabo dentro de una organización para cumplir con las expectativas que se proyectan, en torno al cumplimiento de fines que reflejen un efecto positivo que otorgue valor a la empresa gracias a su desempeño eficiente.

7. Marco conceptual

Para el estudio del diagnóstico empresarial y evaluación de la situación de la organización, se consideraron los siguientes conceptos teóricos:

7.1 Organización

La organización es pues un sistema orgánico inmerso en un medio hostil con el que se intercambia energía, materia información y dinero, es decir, que la organización es un sistema socio-técnico abierto, el cual posee, relaciones de entradas (insumos), salidas (productos) y retroalimentación o ciclos de retorno para modificar el propio sistema, en estructura, operación, función o propósito, permitiendo su permanencia en el tiempo, además de procesos internos de readaptación, construcción y auto reparación, que le permiten interrelacionarse adecuadamente con un entorno (Contreras, 2007.p 132).

7.2 Diagnóstico empresarial

El diagnóstico empresarial le permite a la administración conocer la situación actual por la que atraviesa el proceso organizativo, con qué cuenta la empresa y qué puede o debe hacer, qué estrategias implementar para superar los obstáculos que impiden obtener los resultados esperados, realizando seguimiento evaluativo a las mismas y, por consiguiente, efectuando los ajustes a que haya lugar (Rincón, 2012, p 105).

7.3 Planificación empresarial

La planificación empresarial es un proceso técnico, económico y organizativo que ayuda a las empresas a encausar sus acciones en el cumplimiento de sus objetivos a corto y mediano plazo, además de estas ideas, la planificación es un proceso que expresa el interés de realizar un uso adecuado de los recursos disponibles y la voluntad de priorizar el aporte de las empresas estatales a la sociedad, por encima de cualquier interés colectivo o individual (Pozo *et al.*, 2014).

7.4 Autopartes

La cadena productiva autopartes-automotor en Colombia comprende la actividad de ensamble de vehículos automotores, y la fabricación de partes y piezas de vehículos utilizadas en el ensamble y como repuestos (Ministerio de Educación Nacional, s.f).

7.5 Análisis Situacional

El análisis situacional es una exploración de todos los factores que influyen sobre las actividades que la empresa realiza y como influirán en el futuro. La óptima identificación del entorno permitirá determinar las oportunidades y amenazas presentes en el entorno externo y las fortalezas y debilidades que tiene en su ámbito interno. (Repositorio, 2013, p.14)

7.6 Incoterms

"Incoterms es la abreviación para "Términos de comercio internacional". Este conjunto de 11 normas, publicado por primera vez en 1936, define quién es el responsable de cada aspecto en las transacciones internacionales" (TNT Holdings B.V., 2018).

7.7 Importación

Para entender el comportamiento de las importaciones, es indispensable familiarizarse con el término "importación", lo cual significa la introducción de mercancías de procedencia extranjera al territorio aduanero nacional. También se considera importación la introducción de mercancías procedentes de Zona Franca Industrial de Bienes y de Servicios, al resto del territorio aduanero nacional en los términos previstos en el Decreto 2586 de 1999. (Universidad ICESI, 2009).

7.8 Plan De Mejoramiento

Es el resultado de un conjunto de procedimientos, acciones y metas diseñadas y orientadas de manera planeada, organizada y sistemática desde las instituciones. Cualquier Plan de Mejoramiento necesita

determinar claramente cuál es su objetivo y cuáles las estrategias y actividades que se desarrollarán para lograrlo. (MINISTERIO DE EDUCACIÓN, 2004).

8. Diseño Metodológico

Para la elaboración del presente proyecto de investigación, se realizó una investigación de carácter, estratégica, puesto que se pretende comprender los procesos relevantes para este sector, de manera que se puedan desarrollar conceptos, que tengan un potencial de aplicación amplio para resolver problemas importantes para el desarrollo sostenible; Así mismo es una investigación de carácter aplicada, puesto que se busca que con la creación de nuevos conocimientos, se obtenga una atención directa sobre los problemas a tratar (Vera & Oliveros, 2008).

El proceso investigativo se desarrollara con la ayuda y guía del documento “Módulo de diagnóstico empresarial” (Ilustración 1), de la autoría de Paula Lorena Rodríguez Ferro, el cual permite implementar un diagnóstico empresarial, bajo un tipo de investigación cuantitativa-cualitativa, puesto que a partir de una ponderación numérica para cada una de las áreas estratégicas que componen una organización, se espera obtener con certeza las fortalezas y debilidades que experimenta cada una de las siguientes áreas:

- **Dirección Estratégica.**
- **Mercadeo.**
- **Producción y/o Prestación Del Servicio.**
- **Contabilidad y Finanzas.**
- **Gestión Del Talento Humano.**
- **Aspectos Legales.**
- **Aspectos Ambientales.**

Ilustración 1. Módulo de diagnóstico empresarial



Fuente: (Rodríguez Ferro, 2012, p.1)

La información numérica recolectada con ayuda de la cartilla de diagnóstico, se ingresará en un módulo de proyección en formato de Hoja Excel, encontrado en un dispositivo de almacenamiento CD, que acompaña la cartilla, el cual tabulará los datos numéricos en escala de 1 al 4, asignados para cada una de las áreas y asignará la categoría Fortaleza o debilidad según corresponda.

Ilustración 2. CD con el archivo



Fuente: (Rodríguez Ferro, 2012)

9. Análisis situacional del funcionamiento de la empresa Korea partes

Con base en el diagnóstico organizacional desarrollado para todas las áreas que constituyen la empresa Korea partes, y el ingreso de las puntuaciones para cada una dentro del sistema de la herramienta de Microsoft Excel, se permite apreciar los siguientes resultados (Tabla 1), teniendo en cuenta que se ha partido de una base calificativa de 1 “Malo” y 4 “Excelente”, entendiendo que la ponderación que se obtiene obedece al proceso de su funcionamiento, el cual se refleja en una nota final para cada una de las áreas.

Tabla 1. Resultados generales de la empresa respecto a su área funcional.

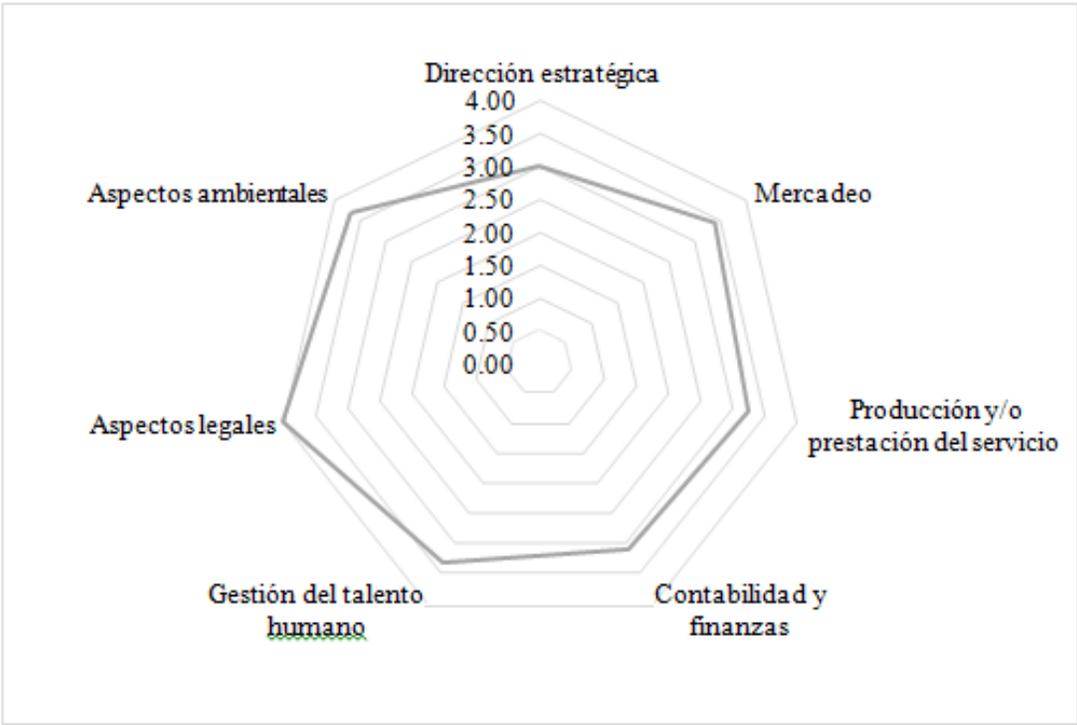
Área funcional de la empresa	Puntuación
Dirección estratégica	3.00
Mercadeo	3.43
Producción y/o prestación del servicio	3.27
Contabilidad y finanzas	3.14
Gestión del talento humano	3.36
Aspectos legales	4.00
Aspectos ambientales	3.67

Fuente: el autor, 2020

Con base en los resultados anteriores (Tabla 1), se logra deducir que la empresa en general presenta un funcionamiento por encima de lo aceptable, dado que aunque no se observa, ningún área con calificación negativa ninguna de ellas se encuentra por debajo de 3, reflejando,

un buen manejo por parte de los encargados de la misma, para mantenerla en un mercado altamente competitivo, es así como se obtiene el área de dirección estratégica con calificación de 3 puntos, el área de contabilidad y finanzas con una calificación de 3.14 puntos, el área de producción y prestación del servicio con una calificación de 3.27 puntos, el área de gestión del talento humano con una calificación de 3.36 puntos, el área de mercadeo con una calificación de 3.43 puntos, el área de aspectos ambientales con una calificación de 3.67 puntos y por último el área de aspectos con una calificación de 4 puntos (Grafica1)(Tabla1).

Gráfica 1. Resultados generales de la empresa



Fuente: El autor, 2020.

A continuación se realizará un análisis detallado de cada una de los resultados obtenidos para cada una de las áreas funcionales evaluadas dentro de la organización teniendo en cuenta la

apreciación de procesos específicos propuestos dentro del módulo de diagnóstico empresarial utilizado.

9.1 Área de Dirección estratégica

En esta área se analizaron los siguientes procesos (Rodríguez Ferro, 2012, p.26):

- Mecanismos de entrada al sector.
- Reconocimiento de variables externas e internas que afectan positiva y negativamente la situación actual de la empresa.
- Planeación estratégica y su horizonte

Tabla 2. . Resultados para el área de dirección estratégica.

Sub-área	Total
Mecanismos de entrada al sector	4.00
Conocimiento de factores ext. e int.	4.00
Planeación estratégica	1.00
Calificación total del área de Dirección Estratégica	3.00

Fuente: El autor, 2020.

Dentro del proceso de diagnóstico del área de dirección estratégica, se reflejó un componente con calificación baja expresado en un nivel de debilidad, el cual corresponde a la planeación estratégica con un puntaje de (1,0), en comparación de las sub-áreas restantes obedientes al mecanismo de entrada al sector y el conocimiento de factores externos como internos, los cuales expresaron una buena calificación , ratificando su fortaleza con una

puntuación de (4,0), permitiendo deducir que no constituyen una dificultad dentro de la organización.

Tabla 3. Calificación área de dirección estratégica.

Sub-área	Calificación
Mecanismos de entrada al sector	FORTALEZA
Conocimiento de factores externos e internos	FORTALEZA
Planeación estratégica	DEBILIDAD

Fuente: El autor, 2020.

Gráfica 2. Resultados del área dirección estratégica.

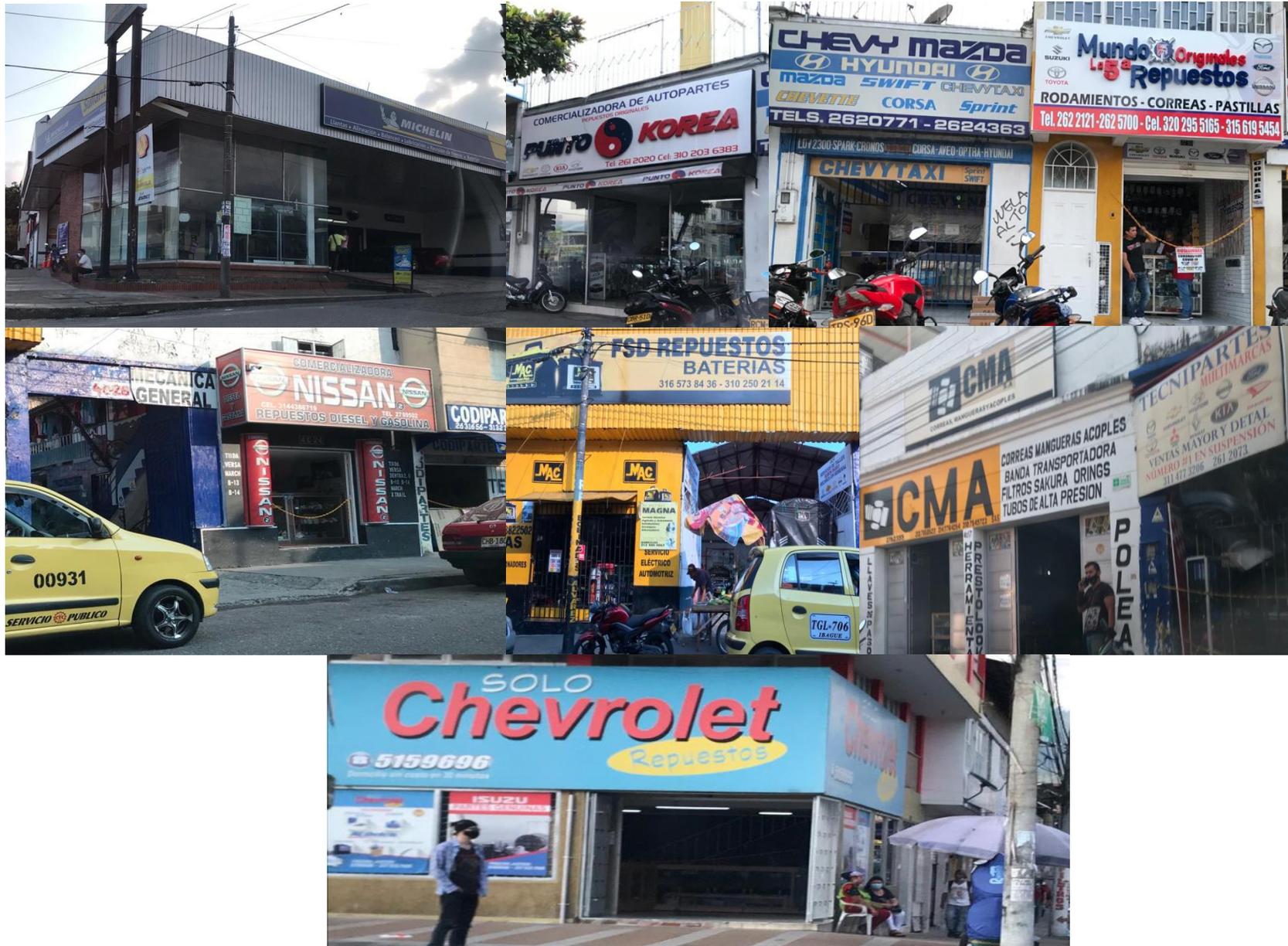


Fuente: El autor, 2020.

Con base en lo anterior, (Tabla 1 y 2), (Gráfica 2), se logra inferir que la empresa Korea partes, posee un buen manejo de su área estratégica, pese los factores de crecimiento económico y al dinamismo del comercio nacional en el cual se ve inmersa; Factores como las barreras arancelarias, la innovación y sofisticación de sus productos, el entendimiento sobre los aspectos de constitución, han jugado en beneficio de la empresa, es así como el conocimiento de estos mecanismos de entrada al sector en conjunto con la identificación de factores internos como la

importancia de la calidad y diversificación del portafolio y externos como el análisis del crecimiento de la competencia, le han permitido conservar su cuota dentro del mercado arrojando buenos resultados, oportunidad que le ha permitido continuar con un buen desempeño. Por el contrario respecto a la planeación estratégica, se observa un desenfoque a la hora de la persecución de los objetivos empresariales, evidenciado en la ausencia de la alineación de las actividades y procesos que se ejecutan dentro de la organización con los objetivos de la misma, lo que se ha traducido, en un desconocimiento total de las políticas o tácticas útiles para alcanzar o continuar con la visión de la organización, evidenciado fuertemente en los encargados la visualización nula de la compañía hacia un futuro con base en la definición de la misión, visión, objetivos y valores corporativos de la empresa.

Ilustración 3. Evidencias de Soporte conocimiento de la competencia en el sector aledaño



9.2 Área De Mercadeo

En esta área se analizaron los siguientes procesos:

- La planeación en el área de mercadeo, utilizando la elaboración y aplicación de un plan de mercadeo.
- El reconocimiento de los productos o servicios ofrecidos por la empresa.
- La determinación de ventajas competitivas sostenibles.
- El comportamiento del consumidor frente a los productos o servicios y conocimiento que sobre el posee la empresa.
- La presencia de competidores directos e indirectos y su incidencia en el mercado.
- Las características del sistema de comunicación utilizado por la empresa.
- La utilización del canal de distribución y la operación del mismo.
- La estructura de la fuerza de ventas y mecanismos de evaluación.
- La determinación de objetivos y proyecciones de ventas.
- El servicio postventa, con el fin de mejorar las relaciones con el cliente. (Rodríguez Ferro, 2012, p.32).

Tabla 4 . Resultados para el área de mercadeo.

Sub-área	Total
Planeación	3,50
Productos y/o servicios	4,00
Precio	4,00
Consumidor	3,83

Competencia directa e indirecta	3,50
Sistema de comunicación	2,00
Canal de distribución	3,50
Ventas	3,29
Servicios postventa	3,20
Calificación total del área de mercadeo	3,43

Fuente: El autor, 2020.

Tabla 5. Calificación área de mercadeo

Sub-áreas	Calificación
Planeación	FORTALEZA
Productos y/o servicios	FORTALEZA
Precio	FORTALEZA
Consumidor	FORTALEZA
Competencia directa e indirecta	FORTALEZA
Sistema de comunicación	DEBILIDAD
Canal de distribución	FORTALEZA
Ventas	FORTALEZA
Servicios postventa	FORTALEZA
Calificación total del área de mercadeo	FORTALEZA

Fuente: El autor, 2020.

Gráfica 3. Resultados del área mercadeo.



Fuente: El autor, 2020

Dentro del proceso de diagnóstico del área de mercadeo, (Tabla 4 y 5). (gráfica 3), se reflejó un componente con calificación baja expresado en un nivel de debilidad, el cual corresponde al sistema de comunicación con un puntaje de (2,0), en comparación de las sub-áreas restantes obedientes a la planeación (3,50), productos y servicios (4,0), precio (4,0), consumidor (3,83), competencia directa e indirecta (3,50), canal de distribución (3,50), ventas (3,29), servicios postventa (3,20), los cuales expresaron una buena calificación, con puntajes que oscilaron entre (3,50- 4,0), ratificando su nivel de fortaleza con una puntuación de cuatro o cercana a cuatro, permitiendo deducir que no constituyen un foco de dificultad dentro de la organización.

Con base en lo anterior, se deduce que la empresa, posee un buen manejo de su área de mercadeo, pese a su debilidad expresada en los sistemas de comunicación, pues en cuanto a comunicación interna entre los miembros que constituyen la empresa se logra transmitir el mensaje sin la certeza de que haya sido entendido a cabalidad, así mismo se observa una nula participación dentro de los canales de comunicación, por otro lado la comunicación externa de la empresa con sus clientes arroja un gran vacío, ya que no se cuenta, con la promoción, proyección y refuerzo de la imagen de la organización, así como se percibe una nula publicidad sobre los

proyectos o actividades que se ofrecen evidenciado claramente ante la falta de manejo de redes y plataformas sociales, como página corporativa que permita una interacción con los clientes así como el alcance de nuevo público. En cambio la fortaleza que exhiben las demás sub-áreas evaluadas obedece a aspectos como el control de la calidad y el precio de los productos, así como el proceso incipiente de estar a la vanguardia respecto a la diversificación del portafolio de autopartes, el establecimiento de metas trimestrales , la evaluación de los costos y gastos que intervienen de manera directa en el ofrecimiento y venta de las autopartes, sin dejar a un lado el proceso de asesoría vendedor-cliente que abre la oportunidad de la sugestión de nuevos complementos, así como el servicio de instalación gratuita del repuesto cuando se tiene certeza del problema que posee el automotor, y la entrega de productos a domicilio con el servicio de mecánico incluido, se refleja en la ampliación de la cartera de los clientes y la conservación del buen nombre de la empresa, que le permite continuar posicionándose dentro de un mercado tan competitivo, conservando el interés de mantener un alto estándar de los aspectos mercadotécnicos.

Ilustración 4.Registro de documento postventa / orden de Servicio.

Ilustración 6. Portafolio de productos.



9.3 Área De Producción

En esta área se analizaron los siguientes procesos:

- El área de producción o prestación del servicio, en términos de objetivos, capacidades y desarrollo.
- Los procesos realizados que conllevan a la elaboración de los productos o prestación del servicio.
- La planeación general en cuanto a proyecciones de producción o prestación del servicio.

- El control que se ejerce en la asignación de recursos.
- El manejo de los inventarios y el procedimiento para su adquisición.
- La distribución de la planta física. (Rodríguez, Ferro, 2012, p.45).

Tabla 6. Resultados para el área de producción.

Sub-áreas	Total
Caracterización del área	4.00
Procesos	3.00
Planeación	3.00
Costos	3.40
Prestación del servicio	3.17
Manejo de inventarios	4.00
Distribución de planta física	2.33
Calificación total del área de producción	3,27

Fuente: El autor, 2020

Tabla 7. Calificación área de producción .

Sub-áreas	Calificación
Caracterización del área	FORTALEZA
Procesos	FORTALEZA
Planeación	FORTALEZA
Costos	FORTALEZA
Prestación del servicio	FORTALEZA
Manejo de inventarios	FORTALEZA
Distribución de planta física	DEBILIDAD

Fuente: El autor, 2020

Gráfica 4. Resultados del área producción y prestación del servicio.



Fuente: El autor, 2020

Dentro del proceso de diagnóstico del área de producción, (Tabla 6 y 7), (Gráfica 4), se reflejó un componente con calificación baja expresado en un nivel de debilidad, el cual corresponde al área de distribución de planta física con un puntaje de (2,33), en comparación de las sub-áreas restantes obedientes a la caracterización del área (4,0), procesos (3,0), planeación (3,0), costos (3,40), prestación del servicio (3,17), manejo de inventario (4,0) los cuales expresaron una buena calificación, con puntajes que oscilaron entre (3,17- 4,0), ratificando su nivel de fortaleza con una puntuación de cuatro o cercana a cuatro, permitiendo deducir que no constituyen un foco de dificultad dentro de la organización.

Respecto a los resultados anteriores (Gráfico 4), (Tabla 6) y (Tabla 7), se puede deducir que la situación de la empresa respecto al área de producción es gratificante y se expresa mediante el éxito en algunos aspectos como lo son, la debida caracterización de la empresa que abarca la definición de los stakeholders responsables de cada proceso que se lleva dentro de la organización junto con la definición de sus objetivos, alcances, actividades y productos a

entregar, así mismo contar con un manual de procesos que abarca desde el procedimiento que se debe llevar a cabo desde la solicitud de un cliente, hasta el seguimiento del proceso de entrega del producto o el servicio, como el proceso de monitoreo de postventa del cliente son herramientas que representan un buen know-how de la organización, que se evidencian en una buena prestación del servicio, el análisis de los costos y el buen manejo de inventarios ha permitido que la empresa no incurra demasiado en costos de re operación permitiendo apreciar cuánto dinero tiene en espera por material en stock, evitando la pérdida, deterioro o desactualización de los complementos. Situación contrario se refleja en el área de distribución de planta física donde se evidencia debilidad, puesto que al ser un negocio que está en proceso de crecimiento cuenta con un espacio reducido para el desarrollo de sus actividades, ocasionando que el espacio con el que cuentan los diferentes elementos que integran el proceso productivo no este delimitado de la manera adecuada, ocasionando que el movimiento del material, almacenamiento, trabajos indirectos y todas las otras actividades o servicios, como el equipo de trabajo y el personal de taller no cuenten con la movilidad necesaria dentro del lugar, impidiendo en muchos casos la flexibilidad para los reajustes de ordenación, la distribución de equipo o la disposición de más espacio para la atención de clientes por periodo de tiempo.

Ilustración 7. Evidencia soporte de manejo de inventarios de la empresa Korea partes



**INVENTARIO
KOREA PARTES
noviembre 2018**

INVENTARIO KOREA PARTES noviembre 2018 [Modo de compatibilidad] - Microsoft Excel (Error de activación de productos)												
Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista												
fx X0381												
	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	
	21091	VALVULA ECONOMIZADORA N 55	MAZDA 323	1		1	\$ 12.000	\$ 18.000	\$ 18.000	\$ 12.000		
	2221202500	VALVULA ESCAPE	ATOS	3		3	\$ 10.000	\$ 15.000	\$ 45.000	\$ 30.000		
	2221221004	VALVULA ESCAPE	EXCELL	4		4	\$ 12.000	\$ 18.000	\$ 72.000	\$ 48.000		
2597 JLO	2221223600	VALVULA ESCAPE	HYUNDAI TUCSON GAS AVANTE	1		1	\$ 79.304	\$ 118.956	\$ 118.956	\$ 79.304		
2598 REY PAR	RF0112121	VALVULA ESCAPE	KIA BESTA 2.2	1		1	\$ 32.268	\$ 48.402	\$ 48.402	\$ 32.268		
2599 REY PAR	OVNO112121	VALVULA ESCAPE	KIA BESTA 2.7	1		1	\$ 41.760	\$ 62.640	\$ 62.640	\$ 41.760		
2600 REY PAR	3237K015	VALVULA ESCAPE	KIA SEPHIA II 1.8	1		1	\$ 30.948	\$ 46.422	\$ 46.422	\$ 30.948		
2601 REY PAR	IIK20285	VALVULA ESCAPE	MAZDA ALLEGRO 1600	1		1	\$ 36.000	\$ 54.000	\$ 54.000	\$ 36.000		
2602 REY PAR	IK30E12121	VALVULA ESCAPE	RIO 1.6	1		1	\$ 92.000	\$ 138.000	\$ 138.000	\$ 92.000		
2603 VARSAL	H14562	VALVULA ESCAPE (JGO)	HYUNDAI ACCENT	1		1	\$ 45.000	\$ 67.500	\$ 67.500	\$ 45.000		
2604 REYPAR SAS	2221242010	VALVULA ESCAPE 34*136	HYUNDAI PORTER IV	2		2	\$ 53.000	\$ 79.500	\$ 159.000	\$ 106.000		
2605 PRODUAPON	2221232604	VALVULA ESCAPE MOBIS	HYUNDAI H100 GASOLINA	1		1	\$ 62.000	\$ 93.000	\$ 93.000	\$ 62.000		
2606 FLORIDA	846	VALVULA ESCAPE UNIDAD	M 323 CARB	1		1	\$ 8.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 8.000		
2607 PRODUAPON	2151007	VALVULA IAC	DAEWOO RACER	1		1	\$ 65.000	\$ 97.500	\$ 97.500	\$ 65.000		
2608 PRODUAPON	2674032804	VALVULA PCV	HYUNDAI ACCENT ATOS VERNA GYRG	6	3	3	\$ 4.640	\$ 6.960	\$ 20.880	\$ 13.920		
2609 DIST GRAN COLOMB	0K65C12111	VALVULAS ADMISION	GRAND PREGIO	1		1	\$ 48.000	\$ 72.000	\$ 72.000	\$ 48.000		
2610 TNK	94580787	VARILLA CONTROL CAMBIOS	CHEVROLET AVEO	3		3	\$ 14.000	\$ 21.000	\$ 63.000	\$ 42.000		
2611 TNK	3076	VARILLA MEDIDORA ACEITE	DAEWOO	1		1	\$ 10.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 10.000		
2612 IMP LATINA	9773722000	VENTILADOR	ACCENT	1		1	\$ 20.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 20.000		
2613 JLO	ZDW403	VENTILADOR	DAEWOO DAMAS	2		2	\$ 12.156	\$ 18.234	\$ 36.468	\$ 24.312		
2614 TNK	2526142920A	VENTILADOR	STAREX/G-STAREX	2	1	1	\$ 41.000	\$ 61.500	\$ 61.500	\$ 41.000		
2615 RPD												
2616												
2617												
2618												
2619												
2620												
2621												
2622												
2623												
2624												
2625												
2626												
2627												
2628												
2629												
2630												
2631												
2632												
2633												
2634												

inventario faltante mcia VARIOS J.L.O. H51 J.L.O. H52 J.L.O. HYUNDAI H53 J.L.O. H54 J.L.O. Hoja1

Listo

Escribe aquí para buscar

Ilustración 8. Evidencia soporte de manejo de costos, facturas, y pedidos a proveedores.



Factura Electrónica De Venta No

FE No. 3858

Autorización Numeración Electrónica DIAN No 18764001466764 Fecha 31-07-2020 con Prefijo FE de la número 3783 al 25.000

IMPORTADORA LATINA DE REPUESTOS S.A

NIT 830146824 0

IVA Régimen Común No somos Agentes de Retención de IVA

No somos Grandes Contribuyentes

Actividad Económica ICA 4530 11.04 X 1000

CLIENTE ALEJANDRO GONZALEZ PELAEZ		POR CONCEPTO DE	
NIT 1019089289 4		FACTURA DE VENTA	
DIRECCIÓN	CIUDAD	TELÉFONO	
CRA 5 24 32	Ibagué	2611405	
FECHA FACTURA	FECHA VENCIMIENTO	VENDEDOR	FORMA DE PAGO
05/08/2020	04/10/2020	VITALIANO CARVAJAL CARRION	Credito
Código	Descripción	Cant.	U Med.
2940-HY-001	SOPORTE/MOTOR . HY-STAREX 04/06	2	Und.
2940-HY-014	SOPORTE/MOTOR.DEL . HY-H100 PORTER 04/-	3	Und.
1205-KI-021	BOMBA/AGUA . KIA-GRAND PREGIO K2700II K3000II 03/07	1	Und.
1735-KI-025A	EMPAQUE/CULATA . KIA-NEW SPORTAGE 06/- HY-TUCSON. DIESEL .METAL	2	Und.
2940-HY-066	SOPORTE TRASERO MOTOR. HY-TUCSON 2,0 GASOLINA 05/-	2	Und.
1115-HY-003B	BALANCINES-EX. HY-H100 PORTER STAREX H1 94/-diesel	4	Und.
1115-HY-004	BALANCINES-AD. HY-H100 PORTER STAREX H1 94/-diesel	4	Und.
1475-HY-001	CAUCHO/VALVULA.8 X 13 X 9 X 13 8 pcs . HY-H100 4G64 94/02 MT-L200 L300 2.0L MONTERO 4G54 2.6L 84/96	2	jgo
1475-HY-002	CAUCHO/VALVULA.6X11X6X10-12 pcs . HY-ACCENT VERNA ELANTRA VISION TUCSON KIA-NEW SPORTAGE	3	jgo
1475-KI-002	CAUCHO/VALVULA.7x12x9.2x13-8pcs . FORD-FESTIVA 1.0-1.3L KIA PRIDE 89/95	3	jgo
***** CERRADA *****			
IVA	Valor IVA	Total	
19%	4.333	60.816	
19%	6.339	133.449	
19%	14.819	103.990	
19%	6.035	84.708	
19%	6.320	88.704	
19%	2.306	64.736	
19%	2.306	64.736	
19%	1.996	28.008	
19%	2.857	60.156	
19%	1.291	27.186	



Factura Electrónica De Venta No

FE No. 3863

Autorización Numeración Electrónica DIAN No 18764001466764 Fecha 31-07-2020 con Prefijo FE de la número 3783 al 25.000

IMPORTADORA LATINA DE REPUESTOS S.A

NIT 830146824 0

IVA Régimen Común No somos Agentes de Retención de IVA

No somos Grandes Contribuyentes

Actividad Económica ICA 4530 11.04 X 1000

CLIENTE ALEJANDRO GONZALEZ PELAEZ		POR CONCEPTO DE	
NIT 1019089289 4		FACTURA DE VENTA	
DIRECCIÓN	CIUDAD	TELÉFONO	
CRA 5 24 32	Ibagué	2611405	
FECHA FACTURA	FECHA VENCIMIENTO	VENDEDOR	FORMA DE PAGO
05/08/2020	04/10/2020	VITALIANO CARVAJAL CARRION	Credito
Código	Descripción	Cant.	U Med.
2376-HY-001	PAST/FR.DEL.ceramica. HY-ACCENT i25 1.4cc 1.6cc i35 VELOSTER 1.6cc AZERA 12/- KIA RIO SPICE NEW RIO CARENS SUV	2	jgo
2695-KI-002	RETEN/CAJA DEL. (22x38x8) . FORD-FESTIVA KIA-PRIDE 1.3L 89/95 SEPHIA 94/-	6	Und.
2705-HY-001	RETEN/EJE LEVA.cafe.(35x50x8) . HY-ATOS EXCEL ACCENT VERNA VISION H100 PORTER STAREX KIA-CERATO NEW SPORTAGE OPTIMA MT-L200 LANCER 4G15 MONTERO 96/-	6	Und.
2715-KI-003	RETEN/RDA DEL. INT. (52x68x7x13.2) . FORD-FESTIVA KIA-PRIDE RIO STYLUS 89/06 MZ-323 NS NX 85/98	10	Und.
2715-KI-004	RETEN/RDA DEL. EXT. (51x63x8.5) . FORD-FESTIVA KIA-PRIDE 92/98 RIO 00/- MZ-323 NS NX 85/98	10	Und.
2720-KI-008	RETEN/RDA TRAS. (39x50.4x8.5) . FORD-FESTIVA KIA-PRIDE RIO STYLUS 92/06 MZ-323 NS NX 84/98	10	Und.
2740-HY-011	RETEN/TAPA REP.44x60x7 café . HY-STAREX H1 D4BH 2.4L 04/-	2	Und.
2800-HY-011	ROD/RDA.DEL. HY-SANTAFE 06 TUCSON KIA-NEW SPORTAGE OPTIMA MAGENTIS REVOLUTION	1	Und.
2800-KI-011	ROD/RDA.DEL. KIA-RIO SPICE 2012/- PICANTO ALL NEW 2018/-	1	Und.
***** CERRADA *****			
IVA	Valor IVA	Total	
19%	6.894	85.374	
19%	354	13.158	
19%	943	35.028	
19%	305	18.860	
19%	241	14.930	
19%	228	14.140	
19%	1.896	23.476	
19%	12.536	77.620	
19%	10.049	62.226	

Ilustración 9. Evidencia soporte de distribución de planta física de la empresa Korea partes.



9.4 Área De Contabilidad y finanzas

En esta área se analizaron los siguientes procesos:

- El sistema general de contabilidad incorporado en la empresa.
- La elaboración de presupuestos, junto con su periodicidad.

- El manejo de polítics de crédito con el cliente y el proveedor.
- La estructura de costos y su integración al proceso contable de la empresa.
- La gestión financiera y sus aplicaciones.
- La imagen financiera de la empresa en el entorno bancario. (Rodríguez, Ferro, 2012, p.53).

Tabla 8.Resultados para el área de contabilidad y finanzas.

Sub-áreas	Total
Sistema de contabilidad	4,00
Presupuestos	1,60
Cuentas por cobrar y pagar	3,40
Costos	3,64
Gestión financiera	2,20
Imagen financiera	4,00
Calificación total del área de Contabilidad y Finanzas	3,14

Fuente: El autor, 2020

Tabla 9.Calificación área de contabilidad y finanzas.

Sub-áreas	Calificación
Sistema de contabilidad	FORTALEZA
Presupuestos	DEBILIDAD
Cuentas por cobrar y pagar	FORTALEZA
Costos	FORTALEZA
Gestión financiera	DEBILIDAD

Imagen financiera	FORTALEZA
-------------------	-----------

Fuente: El autor, 2020

Gráfica 5. Resultados del área contabilidad y finanzas.



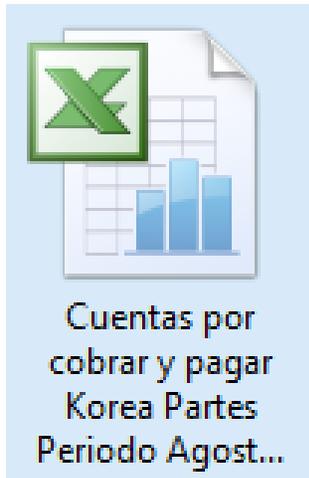
Fuente: El autor, 2020

Dentro del proceso de diagnóstico del área de contabilidad y finanzas, (Tabla 8 y 9), (gráfica 5), se reflejaron dos componentes con calificación baja expresado en un nivel de debilidad, los cuales corresponden al área de presupuestos con un puntaje de (1,60), y gestión financiera con un puntaje de (2,20), en comparación de las sub-áreas restantes obedientes sistema de contabilidad (4,0), cuentas por cobrar (3,40), costos (3,64), imagen financiera (4,0), los cuales expresaron una buena calificación , con puntajes que oscilaron entre (3,40- 4,0), ratificando su nivel de fortaleza con una puntuación de cuatro o cercana a cuatro, permitiendo deducir que no constituyen un foco de dificultad dentro de la organización.

Con base en lo anterior (tabla 8), (tabla 9) , (Gráfica 5), se deduce que la empresa, posee un buen manejo de su área de contabilidad y finanzas, pese a su debilidad expresada en el área de presupuestos y gestión financiera, lo cual está relacionado, con la ausencia de profesional en contaduría pública de tiempo completo, a esto se suman el aumento del IVA que se ha expresado en el alza de los precios de las autopartes, que impide de cierta forma la adquisición de un buen

volumen de las unidades o en otras ocasiones su compra propia, así mismo la presencia de ciertas carteras vencidas impide que se refleje el verdadero margen de utilidades para la empresa, al poseer un manejo básico de los presupuestos ,se tiene dificultad para armonizar con los demás áreas, por tal motivos ante la ausencia del control de presupuestos de venta, compra y gastos administrativos, no se ha logrado hacer una administración eficiente de los recursos por parte del área de gestión financiera. A pesar de ciertos vacíos en su área de presupuestos, Korea partes hace el correcto registro de sus operaciones contables, con el control adecuado de los movimientos diarios de dinero, lo que le ha permitido hacer frente a las cuentas por pagar de repuestos que le ofrecen sus proveedores junto con otras responsabilidades, características que fortalecen su imagen financiera como una empresa capaz de responder a sus obligaciones con múltiples opciones de crecimiento empresarial, por último el sistema de cobro de las cuentas por cobrar se utiliza únicamente para los contratos con grandes empresas como es el caso de los talleres, la terminal de transportes de Ibagué y otros, en lo cual se establecen políticas de cobro en ciertos periodos de 60 días que evitan que su cartera de mora crezca de forma absurda.

Ilustración 10. Evidencia soporte de registro de cuentas por cobrar y pagar de la empresa Korea Partes.



rfc	nombre	folio	fecha	Subtotal	IVA	Total
DFO060118MU5	DRAGON FOODS, S.A. DE C.V.	1026	01/12/2015	\$ 345.85	\$ 55.34	\$ 401.19
DCS890524E24	DEEP CLEANING SERVICES, S.A. DE C.V	1027	01/12/2015	\$ 1,383.27	\$ 221.32	\$ 1,604.59
IEL030313JX9	COMPAÑIA INDUSTRIAL ELMER, S.A. DE C.V.	1028	02/12/2015	\$ 3,259.99	\$ 521.60	\$ 3,781.59
DES080812548	DGNF ESMERALDA, S.A. DE C.V.	1029	03/12/2015	\$ 1,264.88	\$ 202.38	\$ 1,467.26
DES080812548	DGNF ESMERALDA, S.A. DE C.V.	1030	03/12/2015	\$ 7,293.70	\$ 1,166.99	\$ 8,460.69
DES080812548	DGNF ESMERALDA, S.A. DE C.V.	1031	03/12/2015	\$ 21.27	\$ 3.40	\$ 24.67
DES080812548	DGNF ESMERALDA, S.A. DE C.V.	1032	03/12/2015	\$ 6,660.07	\$ 1,065.61	\$ 7,725.68
DCS890524E24	DEEP CLEANING SERVICES, S.A. DE C.V	1033	04/12/2015	\$ 5,270.44	\$ 843.27	\$ 6,113.71
IEL030313JX9	COMPAÑIA INDUSTRIAL ELMER, S.A. DE C.V.	1034	05/12/2015	\$ 4,641.06	\$ 742.57	\$ 5,383.63
BAO101215BX6	BA ARCHITECTURE OFFICE, S DE R.L. DE C.V.	1035	07/12/2015	\$ 7,419.33	\$ 1,187.09	\$ 8,606.42
GOMBS90926TS8	BENITA GONZALEZ MARTINEZ	1036	07/12/2015	\$ 9,049.73	\$ 1,447.96	\$ 10,497.69
BAO101215BX6	BA ARCHITECTURE OFFICE, S DE R.L. DE C.V.	1037	07/12/2015	\$ 4,995.88	\$ 799.34	\$ 5,795.22
BAO101215BX6	BA ARCHITECTURE OFFICE, S DE R.L. DE C.V.	1038	08/12/2015	\$ 5,699.37	\$ 911.90	\$ 6,611.27
BAO101215BX6	BA ARCHITECTURE OFFICE, S DE R.L. DE C.V.	1039	08/12/2015	\$ 9,270.97	\$ 1,483.36	\$ 10,754.33
AWP010112T87	AMERICAN WELDING POWER SYSTEMS, S.A. DE C.V.	1040	08/12/2015	\$ 4,514.31	\$ 722.29	\$ 5,236.60
FOSD710112U57	DALIDA DEL CARMEN FLORES SOBERANIS	1041	10/12/2015	\$ 838.37	\$ 134.14	\$ 972.51

rfc	nombre	folio	fecha	Año	Año Mes	Subtotal	IVA	Total	Saldo RFC	Saldo Folio	Saldo Año
DFO060118MU5	DRAGON FOODS, S.A. DE C.V.	1026	01/12/2015	2015	12	\$ 345.85	\$ 55.34	\$ 401.19	\$ 401.19	\$ 401.19	\$ 401.19
DCS890524E24	DEEP CLEANING SERVICES, S.A. DE C.V	1027	01/12/2015	2015	12	\$ 1,383.27	\$ 221.32	\$ 1,604.59	\$ 1,604.59	\$ 1,604.59	\$ 2,005.78
IEL030313JX9	COMPAÑIA INDUSTRIAL ELMER, S.A. DE C.V.	1028	02/12/2015	2015	12	\$ 3,259.99	\$ 521.60	\$ 3,781.59	\$ 3,781.59	\$ 3,781.59	\$ 5,787.37
DES080812548	DGNF ESMERALDA, S.A. DE C.V.	1029	03/12/2015	2015	12	\$ 1,264.88	\$ 202.38	\$ 1,467.26	\$ 1,467.26	\$ 1,467.26	\$ 7,254.63
DES080812548	DGNF ESMERALDA, S.A. DE C.V.	1030	03/12/2015	2015	12	\$ 7,293.70	\$ 1,166.99	\$ 8,460.69	\$ 9,927.95	\$ 8,460.69	\$ 15,715.32
DES080812548	DGNF ESMERALDA, S.A. DE C.V.	1031	03/12/2015	2015	12	\$ 21.27	\$ 3.40	\$ 24.67	\$ 9,952.63	\$ 24.67	\$ 15,739.99
DES080812548	DGNF ESMERALDA, S.A. DE C.V.	1032	03/12/2015	2015	12	\$ 6,660.07	\$ 1,065.61	\$ 7,725.68	\$ 17,678.31	\$ 7,725.68	\$ 23,465.67
DCS890524E24	DEEP CLEANING SERVICES, S.A. DE C.V	1033	04/12/2015	2015	12	\$ 5,270.44	\$ 843.27	\$ 6,113.71	\$ 7,718.30	\$ 6,113.71	\$ 29,579.39
IEL030313JX9	COMPAÑIA INDUSTRIAL ELMER, S.A. DE C.V.	1034	05/12/2015	2015	12	\$ 4,641.06	\$ 742.57	\$ 5,383.63	\$ 9,165.22	\$ 5,383.63	\$ 34,963.01
BAO101215BX6	BA ARCHITECTURE OFFICE, S DE R.L. DE C.V.	1035	07/12/2015	2015	12	\$ 7,419.33	\$ 1,187.09	\$ 8,606.42	\$ 8,606.42	\$ 8,606.42	\$ 43,569.44
GOMBS90926TS8	BENITA GONZALEZ MARTINEZ	1036	07/12/2015	2015	12	\$ 9,049.73	\$ 1,447.96	\$ 10,497.69	\$ 10,497.69	\$ 10,497.69	\$ 54,067.12
BAO101215BX6	BA ARCHITECTURE OFFICE, S DE R.L. DE C.V.	1037	07/12/2015	2015	12	\$ 4,995.88	\$ 799.34	\$ 5,795.22	\$ 14,401.64	\$ 5,795.22	\$ 59,862.35
BAO101215BX6	BA ARCHITECTURE OFFICE, S DE R.L. DE C.V.	1038	08/12/2015	2015	12	\$ 5,699.37	\$ 911.90	\$ 6,611.27	\$ 21,012.91	\$ 6,611.27	\$ 66,473.61
BAO101215BX6	BA ARCHITECTURE OFFICE, S DE R.L. DE C.V.	1039	08/12/2015	2015	12	\$ 9,270.97	\$ 1,483.36	\$ 10,754.33	\$ 31,767.24	\$ 10,754.33	\$ 77,227.94
AWP010112T87	AMERICAN WELDING POWER SYSTEMS, S.A. DE C.V.	1040	08/12/2015	2015	12	\$ 4,514.31	\$ 722.29	\$ 5,236.60	\$ 5,236.60	\$ 5,236.60	\$ 82,464.54
FOSD710112U57	DALIDA DEL CARMEN FLORES SOBERANIS	1041	10/12/2015	2015	12	\$ 838.37	\$ 134.14	\$ 972.51	\$ 972.51	\$ 972.51	\$ 83,437.05

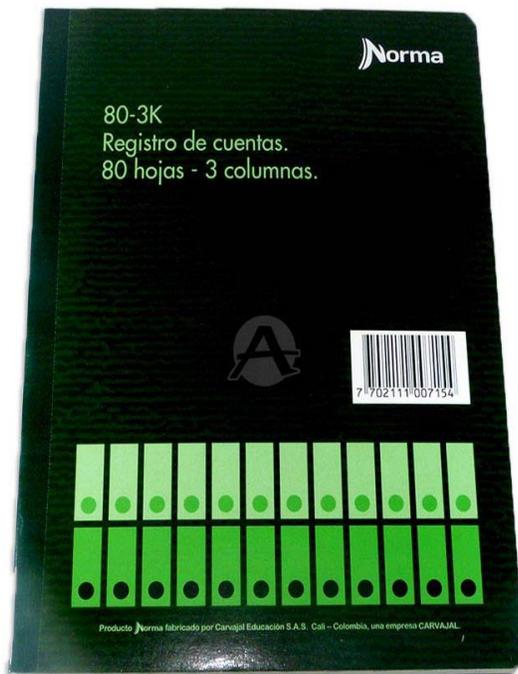
Ilustración 11. Evidencia Soporte del registro contable.

2) LIBRO DIARIO		Debe	Haber
Día 10	- P1 -		
	Gastos Generales	560.-	
	Bancos		500.-
	Caja		60.-
	Pago de los gastos fijos de luz, agua, etc	560.-	560.-

2) LIBRO DIARIO		Debe	Haber
Día 10	- P1 -		
	Gastos Generales	560.-	
	Bancos		500.-
	Caja		60.-
	Pago de los gastos fijos de luz, agua, etc	560.-	560.-
Días	- P2 -		
	Proveedores	250.-	
	Bancos		250.-
		250.-	250.-

Nº	Cuenta	BALANCIAS LIBRO MA-		AJUSTES		SALDOS AJUSTADOS	
		DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
1	Caja	1,240				1,240	
2	Proveedores		250.-				250.-
3	Bancos	22,250				22,250	
4	Proveedores Bancarios		5,000.-				5,000.-
5	Cuentas	700.-				700.-	
6	Ingreso Pago		2,607.12				2,607.12
7	Materiales y Bienes	10,000				10,000	
8	Utilidades	20,000				20,000	
9	Ventas		19,340.88				19,340.88
10	Cuentas Pagadas	6,000				6,000	
11	Gastos Generales	760				760	
12	Depreciaciones			1,102			1,102
13	Depreciaciones - Dep. A.				400		400
14	Cuentas Intermedias			21			21
15	Subtracción Cuentas a.				21		21
	TOTAL	116,750	26,250	1,183	1,183		
	Caja		20,500				
	Bancos						

Ilustración 12. Evidencia Soporte del registro contable.



ACTIVO				
Circulante				
Efectivo			4,000.00	
Banco				
Cuentas por cobrar			22,000.00	
Clientes				
Almacén			14,400.00	
Almacén				
Pagos Anticipados			2,000.00	
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE				48,400.00
NO CIRCULANTE				
PREVISIONES				
Etapas de Oficina	1,500.00			
Reserva de Oficina	300.00		1,800.00	
Etapas de Oficina	7,500.00			
Reserva de Oficina	1,500.00		13,500.00	28,300.00
IMPONIBLES				
Costos de Oficina			2,000.00	
Reserva de Oficina			200.00	13,200.00
TOTAL ACTIVO NO CIRCULANTE				10,300.00
TOTAL ACTIVO				58,700.00

9.5 Área De Gestión Del Talento Humano

En esta área se analizaron los siguientes procesos:

- La estructura del personal que se vincula a la empresa.
- La determinación de los salarios de acuerdo con la estructura de la empresa.
- Las etapas de la incorporación del personal: reclutamiento, selección, contratación e inducción.
- El desarrollo del personal a través de la capacitación, entrenamiento, planes de carrera y evaluación del desempeño.
- El proceso de compensación y bienestar laboral. (Rodríguez Ferro, 2012, p.62)

Tabla 10. Resultados para el área de talento humano.

Sub-áreas	Total
Estructura de personal	2.33
Tributos parafiscales	4.00
Salarios	3.75
Proceso de incorporación	3.55
Capacitación	3.50
Bienestar laboral	3.17
Evaluación del desempeño	3.25
Calificación área de Gestión del talento humano	3.36

Fuente: El autor, 2020

Tabla 11. Calificación área de talento humano.

Sub-áreas	Calificación
Estructura de personal	DEBILIDAD
Tributos parafiscales	FORTALEZA
Salarios	FORTALEZA
Proceso de incorporación	FORTALEZA
Capacitación	FORTALEZA
Bienestar laboral	FORTALEZA
Evaluación del desempeño	FORTALEZA

Fuente: El autor, 2020

Gráfica 6. Resultados del área de talento humano.



Fuente: El autor, 2020

Dentro del proceso de diagnóstico del área de talento humano, se reflejó un componentes con calificación baja expresado en un nivel de debilidad, el cual corresponde al área de estructura personal con un puntaje de (2,33), en contraposición con las sub-áreas restantes obedientes a tributo parafiscal (4,0), salarios (3,75), proceso de incorporación (3,55), capacitación (3,50), bienestar laboral (3,17), evaluación del desempeño (3,25), los cuales expresaron una buena calificación, con puntajes que oscilaron entre (3,17- 4,0), ratificando su nivel de fortaleza con una puntuación de cuatro o cercana a cuatro, permitiendo deducir que no constituyen un foco de dificultad dentro de la organización.

Respecto a los resultados obtenidos (Tabla 10), (Tabla 11), se logra inferir que la empresa Korea partes, posee un área de talento humano fortalecido, pese a la debilidad presentada en el área de estructura de personal la cual está relacionada con la ausencia con una estructura organizativa reflejada en un diagrama, dificulta en ciertas ocasiones como utilizar los recursos existentes respecto al plantel requerido, impidiendo a su vez la distribución de responsabilidades para las funciones de la empresa, aspectos que son una preocupación mínima en comparación con

las fortalezas que exhibe la organización reflejadas en un excelente ambiente laboral, pagos correspondientes al personal (salud, pensión, arl), definición de contratos, realización de capacitación semestral y pruebas de conocimiento, condiciones que le permite crecer a nivel laboral y personal.

Ilustración 13. Evidencia Soporte registro y pago de nómina de la empresa Korea partes.

Korea Partes Nómina Septiembre						
No. Empleado	Apellidos	Nombres	Cargo	Salario base	Horas extras	Auxilio Transporte
1	Romero	Yesid	Contador	1.500.000	0	102.853
2	González	Alejandro	Mecánico	883620	0	102.853
3	Chalacón	Miguel	Mecánico	883620	0	102.853
4	Garzón	Ricardo	Mecánico	883620	0	102.853
5	Montoya	Alejandro	Mecánico	883620	0	102.853
6	Puentes	Alberto	Vendedor	883620	0	102.853

No.Cuenta pago nomina	Banco	Monto/Depósito	Debe	Heber
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	Davivienda			
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	Bancolombia			
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	BBVA			

No. Empleado	No. SS	Nombres y Apellidos	Cargo	Salario Base	Horas extras
Administración					
1	xxxx	Juan Perez	Administrador	CS 20,000.00	
2	xxxx	Pedro Pablo	Contador	18,000.00	
3	xxxx	Juana María	RRHH	15,000.00	
Sub Total Administración				CS 53,000.00	CS -
Ventas					
4	xxxx	María López	Jefa de Ventas	CS 18,000.00	CS 1,000.00
5	xxxx	Juan Sanchez	Cobranza	10,000.00	800.00
6	xxxx	Auxiliadora Rodriguez	Facturación	9,000.00	700.00
Sub Total Ventas				CS 37,000.00	CS 2,500.00
Total				CS 90,000.00	CS 2,500.00

COD CTA	NOMBRE DE LA CUENTA	PARCIAL	DEBE	HABER
Asiento de Diario No. X				
	Gastos de venta			
SUMAS IGUALES				

9.6 Área De Aspectos Legales

En esta área se analizaron los siguientes procesos:

- “La estructura de la empresa, soporte para cumplir a cabalidad el objeto de la misma
- Las obligaciones legales, acordes con la naturaleza de la empresa” (Rodríguez, Ferro, 2012, p.70).

Tabla 12.Resultados para el área de aspectos legales.

Sub-áreas	Total
Estructura legal	4.00
Calificación total del área de Aspectos Legales	4.00

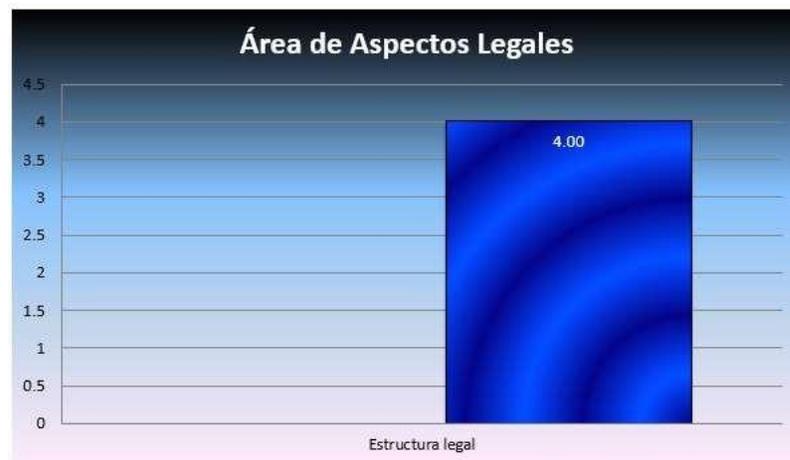
Fuente: El autor, 2020.

Tabla 13.Calificación área de talento humano.

Sub-áreas	Calificación
Estructura legal	FORTALEZA

Fuente: El autor, 2020.

Gráfica 7.Resultados del área de aspectos legales.



Fuente: El autor, 2020.

Dentro del proceso de diagnóstico del área de talento humano, se reflejó un componente con calificación alta expresada en un nivel de fortaleza, el cual corresponde al área de la estructura legal con un puntaje de (4,0).

La estructura legal de la empresa, tal como se mencionó con anterioridad en otras áreas, cuenta con todos los requerimientos legales de una empresa unipersonal, que establece la ley ante la cámara de comercio, para llevar a cabo la ejecución de las actividades económicas de la empresa (formulario de Registro Único Empresarial Formulario de Registro Único Tributario, documento de constitución) lo que permite apreciar un amplio conocimiento de los requerimientos que se deben manejar, así mismo se tiene conocimiento sobre todos los aspectos determinados como impuestos que se deben pagar en caso de ser necesario, por el nivel de ventas que se puedan presentar en un año calendario.

Ilustración 14. Evidencia documento soporte de constitución y registro de la empresa. Cámara de Comercio

 CAMARA DE COMERCIO DE IBAGUE
CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVÉS DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES (SII)
CERTIFICADO DE MATRICULA MERCANTIL
GONZALEZ ACEVEDO RODRIGO ALBERTO
Fecha expedición: 2017/08/03 - 09:08:11, Recibo No. 5009134703, Operación No. 01CR80803086

CODIGO DE VERIFICACIÓN: bzU7gUNVZ6

CERTIFICADO DE MATRICULA DE PERSONA NATURAL
LA CAMARA DE COMERCIO DE IBAGUE, CON FUNDAMENTO EN LAS
MATRICULAS DEL REGISTRO MERCANTIL, CERTIFICA:

NOMBRE : GONZALEZ ACEVEDO RODRIGO ALBERTO
C.C. : 00014241036
N.I.T.:00000014241036-1 ADMINISTRACION: IBAGUE
MATRICULA NO: 00193263 DEL 17 DE JULIO DE 2008
DIRECCION: CR 5 N 24-32
TELEFONO 1 : 2639380
BARRIO : BRR EL CARMEN
MUNICIPIO : IBAGUE

CERTIFICA :

DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL : CR 5 N 24-32
TELEFONO 1: 2639380
BARRIO NOTIFICACION: BRR EL CARMEN
MUNICIPIO : IBAGUE
E-MAIL COMERCIAL:koreapartesibague@hotmail.com
E-MAIL NOTIFICACION JUDICIAL:koreapartesibague@hotmail.com
CERTIFICA :

RENOVACION DE LA MATRICULA: EL 18 DE MARZO DE 2017
ULTIMO AÑO RENOVADO : 2017

ACTIVIDAD PRINCIPAL:
4530 COMERCIO DE PARTES, PIEZAS (AUTOPARTES) Y ACCESORIOS (LUJOS)
PARA VEHICULOS AUTOMOTORES

TOTAL ACTIVOS : \$ 1,100,000.00

CERTIFICA :

PROPIETARIO DE LOS SIGUIENTES ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO:

NOMBRE : KOREA PARTES
DIRECCION: CR 5 N 24-32
TELEFONO 1 : 2639380
TELEFONO 2 : 2611405
BARRIO : BRR EL CARMEN
MUNICIPIO : IBAGUE
MATRICULA NO: 00193264 DEL 17 DE JULIO DE 2008
RENOVO EL AÑO 2017 , EL 18 DE MARZO DE 2017
ACTIVOS VINCULADOS AL ESTABLECIMIENTO : \$ 1,100,000

ACTIVIDAD PRINCIPAL:

9.7 Área De Aspectos Ambientales

En esta área se analizaron los siguientes procesos:

- “La relación establecida con el ambiente al cumplir el objeto social.
- El uso de la energía y el agua, dentro de los procesos productivos y administrativos de la empresa” (Rodríguez, Ferro, 2012, p.32).

Tabla 14.Resultados para el área de aspectos ambientales.

Sub-áreas	Total
Relaciones con el ambiente	4.00
Uso de la energía	3.25
Uso del agua	3.75
Calificación total del área de Aspectos Ambientales	3.67

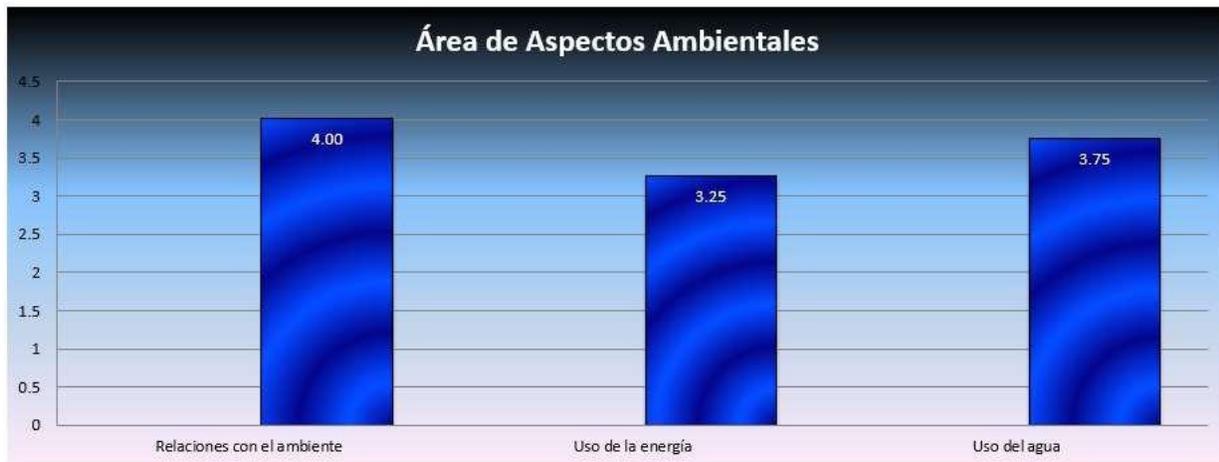
Fuente: El autor, 2020.

Tabla 15.Calificación para el área de aspectos ambientales.

Sub-áreas	Calificación
Relaciones con el ambiente	FORTALEZA
Uso de la energía	FORTALEZA
Uso del agua	FORTALEZA

Fuente: El autor, 2020.

Gráfica 8.Resultados del área de aspectos ambientales.



Fuente: El autor, 2020.

Dentro del proceso de diagnóstico del área de aspectos ambientales, se reflejó que todos los componentes poseen calificación alta expresada en un nivel de fortaleza, los cuales corresponden a las áreas de relaciones con el ambiente con un puntaje de (4,0), uso de la energía (3,25), uso del agua (3,75). Respecto a los resultados mencionados anteriormente, se tiene que la empresa, cumple con todos los requerimientos legales en aspectos ambientales exigidos por la ley Colombiana para las empresas que se encargan de ofrecer repuestos para automóviles, el funcionamiento de esta área es acorde a las necesidades que ejecuta la organización, esto se debe a que no pueden generar emisiones contaminantes en el medio ambiente, de igual manera también se encontró que la utilización de los recursos como el agua y la energía se mantienen en un uso adecuado según los expresaron los empleados, así mismo se inculca cultura ambiental en fomentando la separación, valorización y/o aprovechamiento de los residuos generados.

Ilustración 15. Evidencia gestión de residuos en taller automotriz. de la empresa Korea partes.

Nombre del Gestor Externo:						
Número del contrato, convenio o Factura:						
Fecha de la Entrega:						
BIOSANITARIOS (KG)	QUÍMICOS (KG)	LUMINARIAS (KG)	ACEITES Y FILTROS USADOS (KG)	TONERS (KG)	OTROS * (KG)	DESCRIPCION OTROS
						TOTAL

Nombre _____
Cargo de quien entrega

Nombre _____
Quien recibe

ESPACIO PARA REGISTRO DE LA SALIDA DE LA ENTIDAD POR EL PERSONAL DE VIGILANCIA	
Salida verificada por	
Nombres y Apellidos	
Placa	



10. Factores internos y externos que afectan el

Funcionamiento de la empresa

Con ayuda de un análisis de fortalezas y debilidades para evaluar los factores que inciden internamente en el desarrollo de la empresa, junto con la evaluación de las oportunidades y amenazas para estudiar el ambiente externo, se pretende analizar el panorama actual de la empresa, para determinar las mejores estrategias a implementar en pro del favorecimiento de su desarrollo.

Tabla 16.Aspectos Internos (fortalezas y debilidades).

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1 Adquisición de piezas y repuestos de marcas reconocidas con gran calidad.	D1 Incremento de impuestos
F2 Área de talento humano comprometido con el crecimiento empresarial	D2 Debilidad en los sistemas de comunicación y plataformas sociales.
F3 Dinamismo y vanguardia en el manejo de inventarios , buenos precios y productos	D3 Limitante en la distribución de la planta o instalación física.
F4 Conocimiento y aplicación del proceso contable de la empresa.	D4 Vacíos en el área de la gestión financiera
F5 Excelentes servicios postventa	D5 Ausencia de organización en la estructura del personal.
F6 Presencia de un buen sistema contable	D6 Ausencia de análisis de la información financiera.
F7 Excelente equipo de Talento humano	D7 importación de Repuestos a costos Elevados.

Fuente: El autor, 2020.

Tabla 17.Aspectos Externos (Oportunidades y Amenazas).

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O1. Adquisición de nuevos productos calificados	A1 Dinamismo del mercado de autopartes.
O2 Alianzas con proveedores de calidad	A2 Venta de réplicas y uso de precios bajos por la competencia
O3 Ampliación y señalización de la estructura física.	A3 Incremento del valor de las piezas a causa de altos impuestos.
O4 Impulsar la implementación del uso de plataformas virtuales.	A4 Presencia del mercado ilegal de autopartes
O5 Ofrecer portal de consulta y transacciones para los usuarios en sitio web	A5 Aumento de competidores.
O6 Diseño e implementación de incentivos al cliente	A6 cambios de las tasas de cambio o divisas.
O7 Aprovechamiento de tratados de libre comercio.	A7 cambios de tendencia de consumo

Fuente: El autor, 2020.

Tabla 18. Matriz DOFA de la empresa Korea partes.

<p>MATRIZ DOFA EMPRESA KOREA PARTES</p>	<p>FORTALEZAS (F)</p>	<p>DEBILIDADES (D)</p>
<p>OPORTUNIDADES (O)</p>	<p>F1O1 Ampliación de la planta física para la compra de nuevas piezas que garanticen la mejora en la oferta del servicio.</p> <p>F2O2 Capacitación del personal a disposición para la obtención de buenos tratos comerciales con proveedores a buenos precios.</p> <p>F3O3 Reestructuración de la instalación para el almacenamiento de un volumen adecuado de piezas.</p> <p>F4O4 Universalizar el uso de una plataforma contable para unificar la información financiera</p> <p>F5O5 brindar asesoría personalizada sin costo para la resolución de dudas antes y después de la venta.</p> <p>F6O6 Aprovechamiento de las utilidades para incrementar la cartera por cobrar en la fidelización de clientes</p> <p>F7O7 Promover la capacitación del equipo para el aprovechamiento de los acuerdos comerciales regionales e internacionales.</p>	<p>D1O1 Implementar un plan estratégico para la compra de materia prima en periodos con intereses razonables.</p> <p>D2O2 Impulsar el uso de las plataformas de comunicación para promocionar e impulsar la venta de autopartes de gran calidad</p> <p>D3O3 Redistribuir el espacio físico para la organización y flujo del inventario.</p> <p>D4O4 Implementar herramientas virtuales para el registro de todos los movimientos contables dentro de la empresa.</p> <p>D5O5 Derogar las responsabilidades y funciones específicas a cada uno de los integrantes del personal.</p> <p>D6O6 Establecer la interpretación semestral del desempeño de la empresa que permita establecer la viabilidad de un incentivo al consumidor.</p> <p>D7O7 Incentivar el intercambio comercial bajo el uso de tratados de libre comercio.</p>

<p style="text-align: center;">AMENAZAS (A)</p>	<p>F1A1 Renovación de las piezas del inventario, con base en las innovaciones del mercado.</p> <p>F2A2 Capacitación del personal para la mejora en la persuasión sobre la venta de piezas.</p> <p>F3A3 Manejo de inventario de productos económicos de buena calidad al alcance de todos los bolsillos.</p> <p>F4A4 Desarrollo de estrategias que compitan con el comercio ilegal de piezas en materia de precio y ética</p> <p>F5A5 Proporcionar programas de atención al cliente que evalúen nivel de satisfacción y desempeño del producto.</p> <p>F6A6 Capacitar el personal para interpretar la fortaleza o debilidad de las divisas para hacer un uso rentable de las estrategias.</p> <p>F7A7 Desarrollar sondeos periódicos que permitan conocer las preferencias y los cambios de tendencia en el consume por parte del cliente.</p>	<p>D1A1 Realizar estudio a fondo de las piezas con más niveles de consumo.</p> <p>D2A2 Uso de plataformas virtuales para la promoción de combos económicos que promuevan las ventas.</p> <p>D3A3 Impulsar el flujo dinámico de las piezas disponibles en el stock del inventario.</p> <p>D4A4 establecer clusters o alianzas comerciales que permitan frenar la compra y venta de piezas de origen ilegal.</p> <p>D5A5 Desarrollar personal capacitado que pueda hacer frente a todo tipo de actividades dentro de la organización.</p> <p>D6A6 Abstención de negociaciones con divisas que no muestran un comportamiento estable.</p> <p>D7A7 Garantizar a los clientes la disponibilidad de la pieza y el tiempo de respuesta rápido, con la oferta de múltiples opciones bajo opciones económicas.</p>
---	---	---

Fuente: El autor, 2020

11. Plan de mejoramiento para los procesos determinados como debilidades

11.1 Área de dirección estratégica

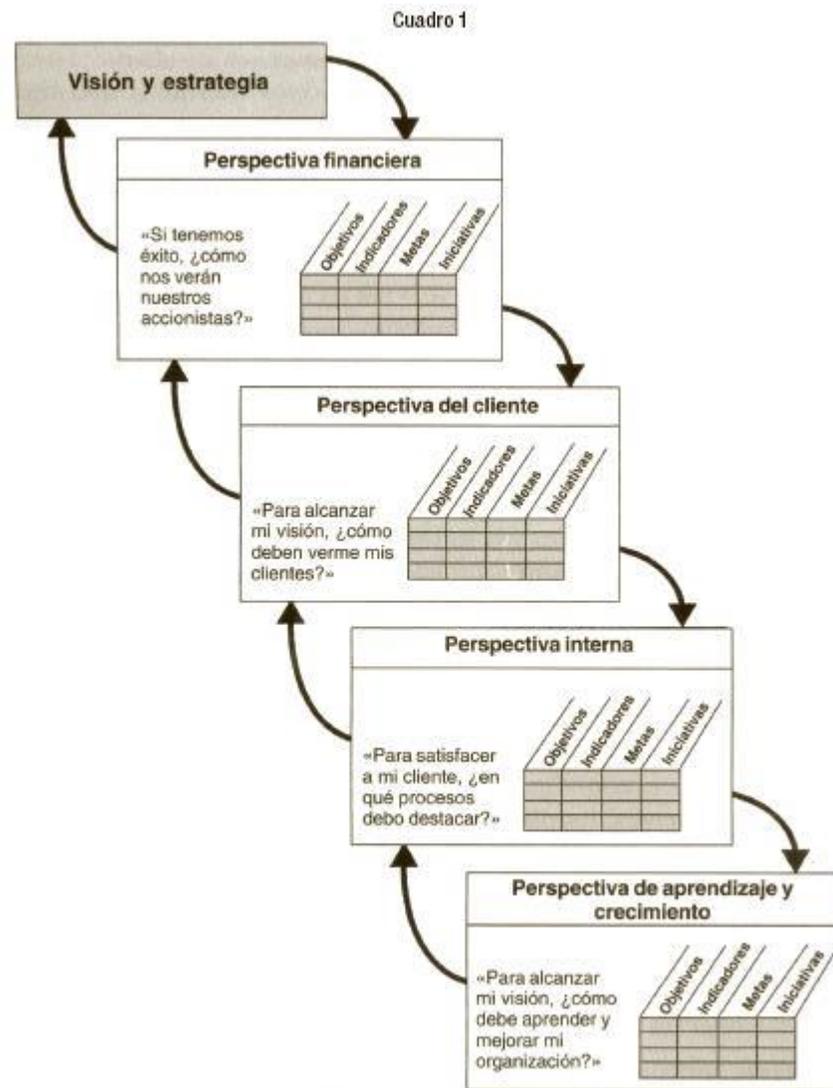
Dentro de la presente área tenemos como prioridad el fortalecimiento de la debilidad del componente de planeación estratégica, bajo la propuesta del uso de la herramienta Balanced Scorecard.

11.1.1 Balanced scorecard o cuadro de mando integral

Conjunto de medidas derivadas de la estrategia de una empresa, que representan una herramienta que los líderes usan para comunicar a los empleados y las partes interesadas externas, los resultados y los impulsores a los que la empresa recurrirá, para alcanzar su misión y sus objetivos estratégicos, ya que es un excelente sistema de gestión estratégica y comunicación bajo la orientación de 4 perspectivas fundamentales dentro de la organización:

La perspectiva del cliente, donde la empresa deberá responder ¿Quiénes son sus clientes? y ¿Cuál es su proposición de valor al servirlos?, la perspectiva del proceso interno, donde se identificarán los procesos claves en los que la empresa debe destacar para continuar añadiendo valor para los clientes y accionistas, bajo la identificación y desarrollo de nuevos procesos internos y medidas, la perspectiva de aprendizaje y crecimiento, donde se identifica las medidas e iniciativas relacionadas con la perspectiva del cliente y los procesos internos y la perspectiva financiera, que indicará si la aplicación de las estrategias está conduciendo a resultados mejores donde los empleados concentren sus energías y actividades en conseguir los objetivos expresados (Niven, 2007; Muñoz, 2009).

Ilustración 16. Modelo cuadro de mando integral para ejecutar dentro de la empresa Korea partes.



Fuente: Kaplan, Robert S. y David P. Norton. *Cómo utilizar el cuadro de mando integral...* Barcelona: Gestión. 2000, 2001, p. 87.

Fuente: (Muñoz, 2009).

La implementación del cuadro de mando integral permite la alineación de los empleados a los objetivos de la empresa, mejora la comunicación entre el personal acerca de la importancia de los objetivos y su cumplimiento, así mismo redefine las estrategia de la empresa en base de sus errores de gestión dependiendo de los resultados que se van obteniendo, permitiendo traducir la visión de la organización y las estrategias que han

diseñado sus directores para conseguir los objetivos, en acciones y medidas reales que sirvan para alcanzar metas y dicten la pauta para que cada colaborador desarrolle su trabajo, lo cual reflejará una mejora del análisis por parte de las directivas que se expresara en mejora de los ingresos o margen de utilidades de la empresa y la ampliación de su cartera al entrar en el mercado de confianza de muchos de sus clientes. La implementación de este programa puede resultar como una medida fundamental para poder evaluar el desempeño de los stakeholders pertenecientes a la organización (cortés, 2017).

11.2 Área de Mercadeo

Fortalecimiento de los sistemas de comunicación de la empresa

11.2.1 Divulgación y promoción del portafolio de servicios

Propiciar la actualización del portafolio de productos y servicios que ofrece la empresa, teniendo en cuenta la dinámica del mercado, permitirá que se reflejen los cambios que tiene la empresa respecto a sus productos en concordancia con la preferencia del cliente y la introducción de nuevos artículos competitivos, esto puede estar dado en relación con la calidad, el estilo o el precio. Las compañías que tienen poco inventario en el mercado y que no buscan como diversificar su cartera pueden desaparecer con gran facilidad, al mismo tiempo el tener un portafolio amplio permite a los clientes confianza y seguridad para visitar la empresa sin temor a no encontrar lo que necesite (Lazo, 2016; Ferrel & Hartline, 2012).

Ilustración 17. Portafolio de productos de la empresa Korea partes.

**K
O
R
E
A

P
A
R
T
E
S**

¿QUIENES SOMOS?
 Empresa del sector automotriz destacada por la comercialización de partes y piezas de gran calidad para vehículos multimarcas, que cuenta con instalaciones para la reparación de los vehículos de sus clientes.

MISIÓN
 Comercialización de piezas y partes para todo tipo de vehículo bajo estándares de calidad y cómodos precios. Contamos con personal capacitado para responder a las necesidades de nuestros clientes.

VISIÓN
 Consolidarnos como una empresa competitiva en el mercado de autopartes nacional caracterizada por la innovación, calidad y economía de sus productos.

ARTICULOS DISPONIBLES SISTEMA DE SUSPENSIÓN

Cojinete de rueda		Mangueta	
Bieletas de suspensión		Barra estabilizadora	
Rótula de suspensión		Tuercas de rueda	
Cubo de Rueda		Puente	

ARTICULOS DISPONIBLES SISTEMA DE FRENOS

Discos de Freno		Zapatas de freno	
Pastillas de freno		Bombín de freno	
Pinza de freno		Freno de tambor	
Latiguillo de freno		Módulo ABS	

ARTICULOS DISPONIBLES MOTOR

Soporte de motor		Segmentos de pistón	
Tapón de cárter		Árbol de levas	
Tornillos de culata		Balancines	
Válvula PCV		Pistones	

Fuente: El autor

11.2.2 Empleo de plataformas virtuales para publicación de boletines, comunicados de prensa o volantes de divulgación local

Un llamado a la acción de los clientes potenciales por medio de la publicación de una pauta publicitaria vía física o digital, informando sobre las innovaciones de la empresa en autopartes, resaltando la disponibilidad de nuevas e innovadoras piezas de excelente calidad, permite la retroalimentación, y la buena gestión de los procesos comunicativos, teniendo en cuenta que cuando una organización, se dirige al público externo en este caso sus clientes y futuros accionistas, logra proyectar una imagen favorable de interés activo en la promoción de

sus productos y servicios, puesto que generar su exposición pública, crea confianza brindando a los clientes potenciales una razón para acudir a su empresa, lo cual permite aumentar el potencial de ventas, puesto que aporta credibilidad al destacar las ventajas de sus productos.

El uso de redes sociales del momento tal como Facebook e Instagram donde se logre apreciar la información general de la empresa, los productos y servicios que ofrecen, las imágenes del lugar donde se encuentran, ubicación establecida por google maps, calificaciones de los clientes, información relevante para todo mundo, ofertas entre otros, consiste en un excelente plan de impacto sobre el marketing de la empresa.

Ilustración 18. Manejo de plataformas de comunicaciones digitales, prensa, boletines.





EN KORE PARTES NOS COMPLACE

COMUNICARLE A NUESTROS CLIENTES QUE

POR EL MES DE OCTUBRE DEL PRESENTE

AÑO PREMIAREMOS SU FIDELIDAD CON

OFERTAS ESPECIALES.

VISITANOS

CRA. 5 #24-32, IBAGUÉ, TOLIMA



Fuente: El autor

11.2.3 Fortalecimiento de la comunicación ascendente, descendente y horizontal dentro de la organización

Tabla 19. Mecanismos para fortalecer la comunicación dentro de la empresa.

FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN DENTRO DE LA EMPRESA		
KOREA PARTES		
Tipo de comunicación	Finalidad	Mecanismo
<p>Comunicación Ascendente</p> <p>Se presenta cuando la información fluye de abajo hacia arriba, es decir desde los subordinados hacia las directivas.</p>	<p>Retroalimentación y mejora del clima laboral.</p>	<p>Programas de sugerencia, procedimientos de quejas y reclamos, reuniones de trabajo, correo o plataforma institucional, encuestas.</p>

<p>Comunicación Descendente</p> <p>Se presenta cuando la información fluye de arriba hacia abajo, es decir desde las directivas hacia los subordinados</p>	<p>Establecer tareas, metas, proporcionar instrucciones, informe sobre políticas y procedimientos, retroalimentación, corrección de errores, desempeño.</p>	<p>Memorándums, informes, manuales de organización, boletines empresariales, correos institucionales, tablón de anuncios, capacitaciones, órdenes.</p>
<p>Comunicación horizontal</p> <p>Denominada comunicación lateral entre personas o grupos de trabajo del mismo nivel jerárquico.</p>	<p>Integrar y coordinar las unidades de trabajo independientes que forman parte de la empresa.</p>	<p>Reuniones con miembros del equipo, juntas, informes, integraciones, tablón de anuncios, seminarios.</p>

Fuente: (El autor; Silva, 2011).

11.3 Fortalecimiento del área de producción

Redistribución de la planta física.

El principal motivo de rediseñar la distribución de la planta, específicamente el área de bodega, está enfocado en la ordenación más eficiente de los materiales y equipos auxiliares, teniendo en cuenta que los actuales espacios de almacenaje no cuenta con la localización armoniosa de los productos (ilustración 3), reajustar este espacio, mediante mecanismos de almacenamiento, y la adquisición de gabeteros modulares u organizadores plásticos, debidamente rotulados, para la acomodación de piezas, permitirá mejorar la movilidad, evitando demoras en los despachos, daños en los materiales almacenados, pérdida de

materiales áreas congestionadas, control de inventarios insuficientes, elevada cantidad de material, piezas obsoletas en inventarios (Martínez, 2004).

Ilustración 19. Panorama actual de la bodega (izquierda), mecanismo de almacenamiento a implementar (derecha).



Fuente: El autor

Como otra instancia se hace necesario reorganización del ambiente de trabajo, por medio de la reacomodación del mobiliario (ilustración 4), para mejorar la productividad y la circulación del personal, teniendo en cuenta que las dimensiones de la planta actual, permiten optimizar las condiciones para los trabajadores de la empresa Korea partes, es así que bajo mejoras de las condiciones de luminosidad, ventilación, limpieza, se logrará la reducción de accidentes, alta rotación del personal, para condicionar un espacio que se ajuste a los reglamentos de seguridad, evitando quejas sobre condiciones de trabajo incómodas, confusión, congestión (Martínez, 2004), así mismo se recomienda la compra de divisiones en aluminio arquitectónico que le otorguen privacidad a ciertos espacios junto con el desarrollo de una propuesta de señalización (ilustración 5), bajo la implementación de señales informativas, de precaución y prohibición dentro de la empresa, que faciliten el flujo de hombres y materiales.

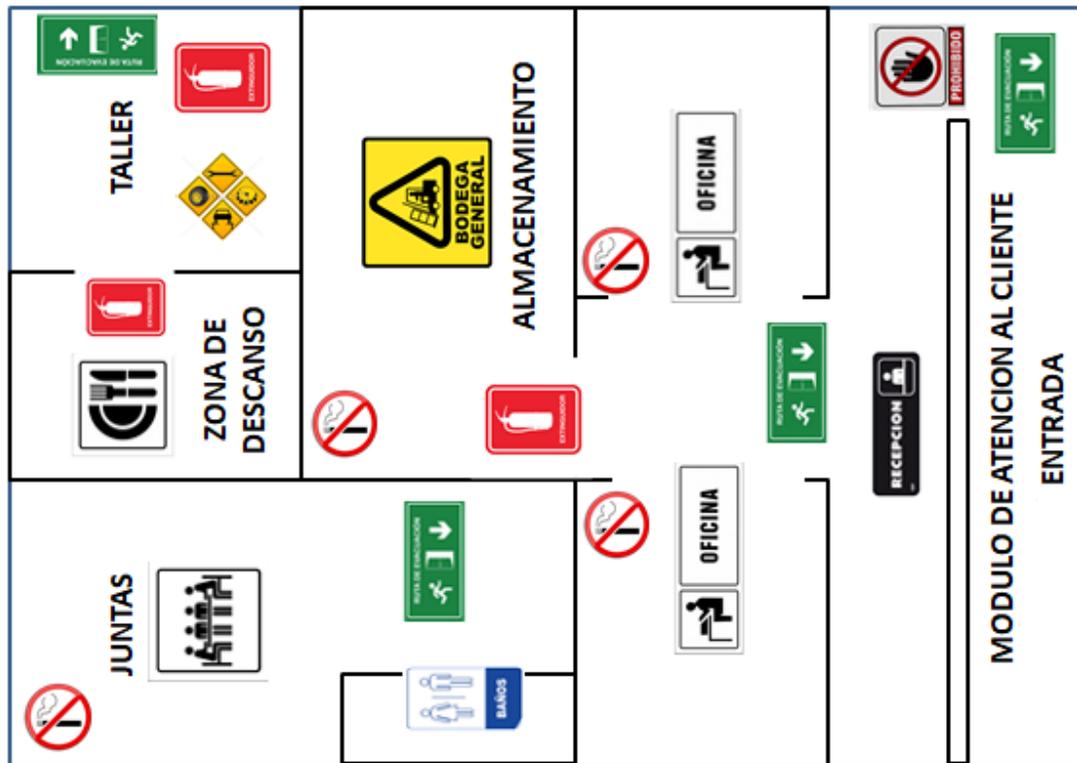
Ilustración 20. Panorama actual del ambiente (izquierda), mecanismo de privacidad, división y señalización a implementar (derecha).



Fuente: El autor

Para la zona del taller automovilístico se delimitará una zona de pausa activa para los mecánicos con inclusión de lockers para la protección y guardado de sus objetos personales, así mismo resulta imprescindible delimitar la zona de acceso de clientes la cual dispondrá de modular para la espera de sus reparaciones, todo con el objetivo de que estos, no corran peligro al encontrarse junto a sus vehículos durante el momento de reparación.

Ilustración 21.Reorganización del espacio bajo el plano de la infraestructura de la empresa.



Fuente: El autor

11.4 Fortalecimiento del Área De Contabilidad y finanzas

11.4.1 Gestión financiera y presupuestos.

Establecer un presupuesto para una empresa de cualquier tipo, es una necesidad en la actualidad, esto se debe a que, si una empresa no posee una estructura definida para invertir el dinero en ciertos periodos de tiempo, se pueden generar pérdidas o percibir pocas utilidades; por lo tanto, es necesario establecer un presupuesto de manera semestral donde se tenga en cuenta los siguientes aspectos:

- El tipo de trabajo que se piensa desarrollar.
- El tiempo estimado que deberá durar.
- El personal que estará a cargo.
- Los implementos necesarios.
- La cantidad de dinero más un 10% adicional para gastos esporádicos.
- Quien será el supervisor o supervisores.

Para el apartado de la gestión financiera se deberá iniciar con la implementación de los indicadores financieros, que a su vez le permiten a una organización el tomar decisiones trascendentales, por lo que es necesario implementar los siguientes indicadores:

- Indicador de liquidez: permite identificar el flujo de efectivo que maneja la empresa, donde se verifica si los ingresos superan los egresos en ciertos periodos de tiempo.
- Indicador de rentabilidad: permite identificar el nivel de ganancias que genera la empresa en comparación utilidades y costos.
- Indicador de endeudamiento: permite indicar el nivel de compromiso que poseen los activos sobre los pasivos.

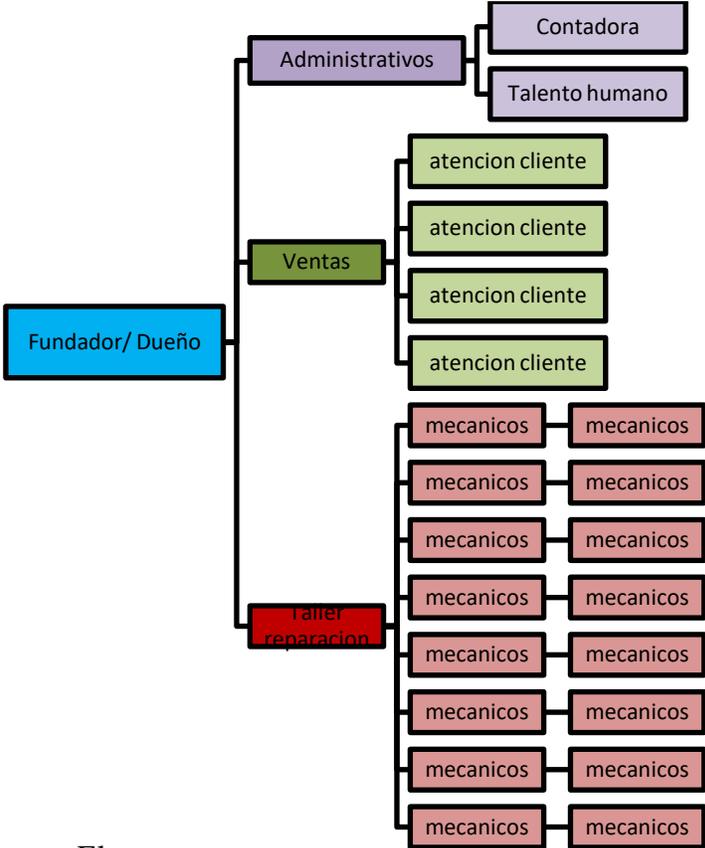
11.5 Fortalecimiento del área de gestión del talento humano

11.5.1 Estructura del personal y organigrama

La medida que se tomará para mejorar la estructura del personal será la reestructuración del organigrama empresarial que especifique la jerarquía de sus empleados dentro de la organización y especifique a su vez la función que cada uno debe ejecutar, aclarando la estructura general de la empresa y las relaciones de trabajo en la compañía, teniendo en cuenta

el crecimiento que ha atravesado determina la necesidad de cubrir con nuevas exigencias, descubrir posibles dispersiones, duplicidad de funciones, relaciones de dependencia, desempeño deficiente.

Ilustración 22. Organigrama Empresa Korea partes.



Fuente: El autor

11.5.2 Implementación de formatos de descripción de funciones y perfiles

Mediante la implementación de formatos que especifiquen la identificación del cargo, la relación de autoridad, las funciones generales y específicas, las características o requisitos con los que debe cumplir el empleado para ejercer el puesto facilitará el establecimiento de las funciones y evitara su duplicidad, determinando las funciones y responsabilidades de cada empleado familiarizándolo con las actividades que debe cumplir dentro de la empresa.

Descripción de funciones y Perfiles del personal de la empresa Korea partes			
Alejandro González Peláez			
Identificación del cargo		Relación de autoridad	
Administrador general			
Funciones generales			
Manejo de proveedores			
Funciones específicas			
Manejo de mercancías, realización de pedidos, pago de nómina y seguridad social.			
Requisitos del cargo			
Carrera profesional, Bachiller, manejo paquete de Microsoft (Excel Word), comunicación interpersonal e intrapersonal, habilidades de negociación			
Elaborado por	Fecha de revisión	versión	página
Yesid Romero	12(05/2020	01	01

Fuente: (González, 2013).

12. Cronograma

Tabla 20. Cronograma de actividades para plan de mejoramiento.

<i>Área</i>	<i>Actividad Central</i>	<i>Tiempo</i>								<i>Responsable</i>	<i>Recurso</i>
		<i>Mes 1</i>				<i>Mes 2</i>					
		<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>		
<i>Dirección Estratégica</i>	<i>Misión, visión, objetivos y valores.</i>	<i>X</i>	<i>X</i>							<i>Gerencia</i>	<i>Tiempo e información.</i>
<i>Producción</i>	<i>Distribución planta Física</i>									<i>Producción.</i>	<i>Tiempo, Información, Presupuesto.</i>
								<i>X</i>	<i>X</i>		
<i>Contabilidad</i>	<i>Presupuestos y Gestión Financiera</i>									<i>Contador.</i>	<i>Tiempo e información.</i>
								<i>X</i>	<i>X</i>		
<i>Talento Humano</i>	<i>Estructura de personal</i>	<i>X</i>	<i>X</i>							<i>Talento Humano.</i>	<i>Tiempo, Información</i>

Fuente: El autor

13. Plan De Importación

13.1 Colombia

Ilustración 23. Bandera de Colombia.



Fuente: Wikipedia, 2020

Tabla 21. Datos generales sobre Colombia.

Factores	Datos
PIB	US\$ 714 004 millones
Población	45.500.000 de habitantes
Moneda	Peso Colombiano “COP”
Capital	Bogotá DC

Fuente: Wikipedia, 2020

13.1.1 Entorno Político

El presidente Iván Duque Márquez, comenzó su mandato presidencial el 7 de agosto de 2018, el cual terminará el 7 de agosto de 2022, los principales pilares de su gobierno son la legalidad, el emprendimiento, y la equidad, con ejes transversales en materia de infraestructura, sostenibilidad

ambiental e innovación, pese a esto Colombia vive un complicado entorno político y social al que se añaden retos en materia fiscal y de cuentas externas, que no son ajenos a otros países latinoamericanos o emergentes (BANCO MUNDIAL, s,f), como también los sucesos de parapolítica, escándalos políticos que se han venido desatando desde el año 2006, por la revelación de los vínculos de políticos con paramilitares, con posteridad al proceso de desmovilización de grupos al margen de la ley llevada a cabo después de los tratados de paz, nexos usados para alcanzar altos cargos en puestos gubernamentales, sumado a la aprobación de la reforma tributaria, aprobada por el congreso, una eventual reforma pensional generando indisposición social que ha conllevado al jefe de estado a abrir el “diálogo nacional”. Por último pero no menos importante la crisis de la seguridad plantea el mayor de los desafíos para el gobierno nacional, el combate contra el narcotráfico, los grupos armados (El tiempo, 2020). A esto se suma la gestión de la crisis de la pandemia por el gobierno colombiano y su diferencia de criterio por diferencias entre el gobierno central y los locales (Rodríguez, 2020).

13.1.2 Entorno Económico

La Asociación Nacional de Instituciones Financieras (Anif) publicó un documento en el que asegura que la recuperación de la economía colombiana ha sido más lenta de lo esperado, razón por la cual requiere de impulsos adicionales por parte del Gobierno y los mandatarios locales, influenciado por la diferencia en las velocidades de reapertura en las ciudades principales, con un notorio rezago en Bogotá, dada la implementación de cuarentenas estrictas por localidades durante julio-agosto, es importante que el Gobierno nacional y los mandatarios locales tomen nuevas medidas para impulsar distintos sectores como el constructor, con el fin de aumentar el ritmo de recuperación económica (Dinero, 2020).

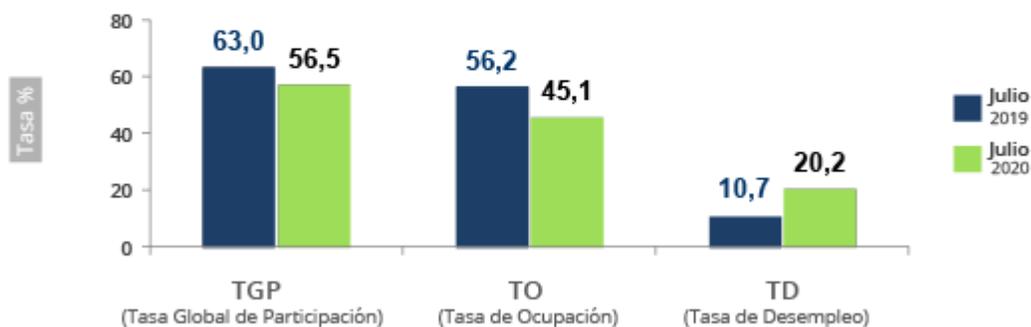
La economía colombiana en el 2020 está siendo golpeada por dos enemigos: el coronavirus y la crisis del petróleo, teniendo en cuenta la debilidad de la oferta y la demanda de productos, el equipo técnico del Banco de la República estima que el producto interno bruto (PIB) del país se contraerá entre un 2 y un 7 por ciento, a lo que se suma un nivel de endeudamiento externo o público mayor que en otros países, y mayores que en otros episodios de fuertes choques externos; un déficit relativamente alto en la cuenta corriente (El tiempo, 2020). Colombia actuó tempranamente para limitar la propagación del virus, pero se prevé que las perturbaciones económicas relacionadas con la pandemia (incluyendo la disminución de los precios del petróleo) den lugar a la primera recesión en dos décadas, sin embargo, al país será a uno de los que menos le irá mal, pues de acuerdo al organismo internacional, el PIB de Argentina se ubicará en el -9,9%, Brasil -9,1%, Chile 7,5%, México 10,5% y Perú -13,9%. Latinoamérica y el Caribe, excluida Venezuela, tendrán un PIB negativo de 9,4% este año, mientras que para el 2021 se espera una expansión del 3,7%, las medidas encaminadas a mantener las relaciones de empleo, como apoyo a las nóminas salariales y el financiamiento del capital de trabajo, serán importantes para evitar el cierre de empresas que en ausencia de la pandemia serían viables para reducir el desempleo a largo plazo, apoyar la recuperación, y estimular el crecimiento potencial (Portafolio, 2020).

13.1.3 Tasa de desempleo

Ilustración 24. Tasa global de participación, ocupación y desempleo.

Tasa global de participación, ocupación y desempleo

Total nacional - julio (2019 - 2020)



Fuente: DANE

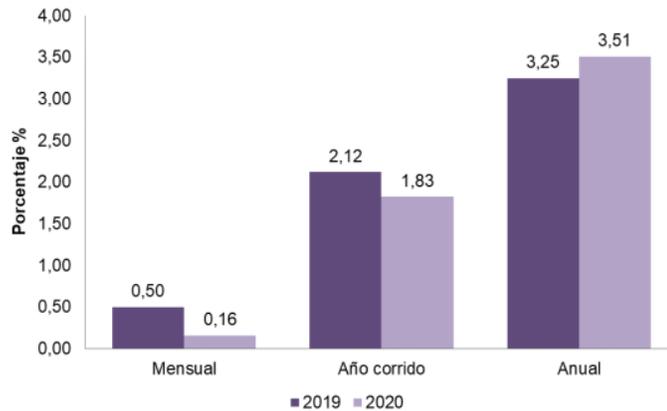
Fuente: (DANE, 2020)

Para el mes de julio de 2020, la tasa de desempleo del total nacional fue 20,2%, lo que significó un aumento de 9,5 puntos porcentuales frente al mismo mes del año anterior (10,7%). La tasa global de participación se ubicó en 56,5%, lo que representó una reducción de 6,5 puntos porcentuales frente a julio del 2019 (63,0%). Finalmente, la tasa de ocupación fue 45,1%, presentando una disminución de 11,1 puntos porcentuales respecto al mismo mes del 2019 (56,2%). En julio de 2020 la tasa de desempleo en el total de las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 24,7%, lo que representó un aumento de 14,4 puntos porcentuales frente al mismo mes del año pasado (10,3%). La tasa global de participación se ubicó en 60,7%, lo que significó una reducción de 5,7 puntos porcentuales frente a julio del 2019 (66,4%). Entre tanto, la tasa de ocupación fue 45,7%, lo que representó una disminución de 13,8 puntos porcentuales respecto al mismo mes del 2019 (59,5%) (DANE, 2020).

13.1.4 Índice de precios al consumidor (IPC).

Ilustración 25. Índice de precios al consumidor.

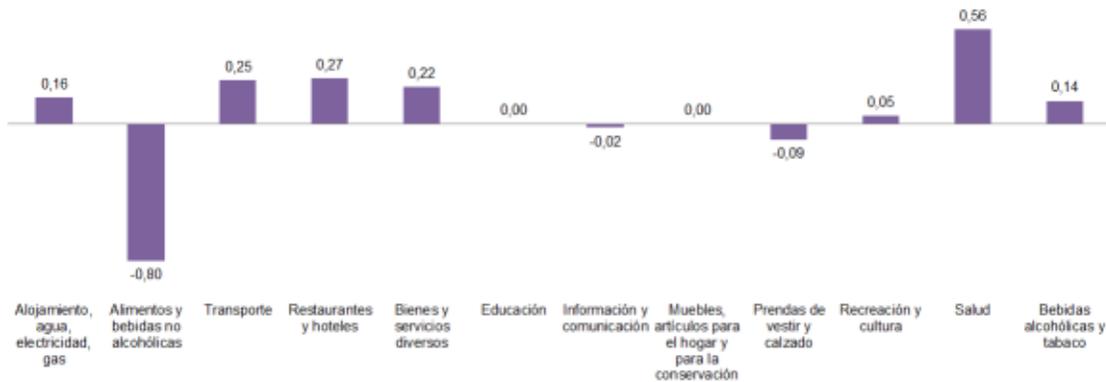
**Gráfico 1. IPC Variaciones
Total nacional
Abril 2019 - 2020**



Fuente (DANE, 2020).

En lo corrido del año, (enero - abril), tres divisiones de bienes y servicios se ubicaron por encima del promedio nacional (1,83%): Alimentos y bebidas no alcohólicas (6,06%), Educación (4,82%) y por último, Salud (2,25%). El resto de las divisiones se ubicaron por debajo del promedio: Restaurantes y hoteles (1,73%), Bienes y servicios diversos (1,72%), Bebidas alcohólicas y tabaco (1,27%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (1,23%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (1,23%), Recreación y cultura (0,38%), Prendas de vestir y calzado (0,18%), Transporte (0,01%) y por último, Información y comunicación (-2,67%). En julio de 2020 la variación anual del IPC fue 1,97%, es decir, 1,82 puntos porcentuales menor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 3,79% (DANE, 2020).

Ilustración 26. Índice de precios al consumidor.



Fuente (DANE, 2020).

13.1.5 Acuerdos Comerciales vigentes para Colombia

- Acuerdo Comercial entre Colombia e Israel

Se trata de la primera negociación con un país del Medio Oriente, con el cual Colombia busca incrementar los flujos comerciales y de inversión, impulsar la cooperación económica bilateral, la remoción de las barreras no arancelarias y el fomento de las relaciones diplomáticas. El TLC con Israel permitirá un acceso preferencial a este mercado y un consecuente incremento en el comercio como resultado de la reducción en los costos de transacción y del mejoramiento en los procedimientos aduaneros. Así mismo, el TLC con Israel promoverá la ampliación de los flujos bilaterales de inversión y la creación de nuevos negocios (MINISTERIO DE COMERCIO, 2020).

- Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Colombia

El Tratado del Grupo de los Tres (TLC-G3), integrado por México, Colombia y Venezuela, se firmó el 13 de junio de 1994 y entró en vigor el 1 de enero de 1995, mediante la Ley de la República de Colombia No. 172 de 1994.

Este Tratado se celebró con el carácter de Acuerdo de Complementación Económica (ACE) de acuerdo con lo dispuesto en el Tratado de Montevideo 1980 y en la Resolución No. 2 del Consejo de Ministros de Relaciones Exteriores de las Partes signatarias. El Acuerdo se registró ante la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) como Acuerdo de Complementación Económica (ACE) No. 33 (MINCOMERCIO, 2020).

- Tratado de Libre Comercio entre la República de Colombia y las Repúblicas de el Salvador, Guatemala

Colombia y los países del Triángulo Norte de Centroamérica (El Salvador, Guatemala y Honduras) iniciaron negociaciones para la firma de un tratado de libre comercio que les permita a los cuatro países mejorar las condiciones de acceso a sus respectivos mercados, aprovechar las complementariedades de sus economías, así como promover las inversiones mutuas, con miras a lograr mayores niveles de desarrollo que beneficien a la población (MINCOMERCIO, 2020).

- CAN

La CAN es el mecanismo pionero de integración continental, y uno de los sistemas de integración más ambiciosos en el mundo, donde se ha pactado la libre circulación de bienes, servicios y ciudadanos, permite a los Países Miembros el intercambio sin arancel del 100% de los bienes. Sin embargo, el proceso andino no se limita a la eliminación de impuestos al comercio sino que, de

forma visionaria, ha desarrollado regímenes comunes y dinámicos en materia aduanera, de facilitación del comercio, obstáculos técnicos al comercio, servicios e inversión, medidas sanitarias y fitosanitarias, propiedad intelectual, competencia y defensa comercial, promoción comercial, transporte, interconexión eléctrica, telecomunicaciones, entre varios otros, así como iniciativas de cooperación que han contribuido a la construcción de capacidades comerciales en los países (MINCOMERCIO, 2020)..

- Acuerdo de Alcance Parcial sobre comercio y cooperación económica y técnica entre la República de Colombia y la Comunidad del Caribe (CARICOM)

ARICOM es una organización creada el 4 de Julio de 1973 con el Tratado de Chaguaramas por 15 países del caribe. Sus objetivos son: elevar el nivel de vida y trabajo de las naciones de la región, acabar con el desempleo, acelerar, coordinar y sustentar el desarrollo económico. Asimismo, fomentar el comercio y las relaciones económicas con terceros países y con grupos de naciones (MINCOMERCIO, 2020)..

- Acuerdo de Libre Comercio Chile – Colombia

En relación al desarrollo de acciones hacia la complementación económica en áreas productivas y la promoción del desarrollo de inversiones conjuntas tanto en Colombia como en Chile, los países signatarios suscribieron el Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones el 20 de enero de 2000 en Cartagena de Indias, fue el primer Acuerdo comercial de Colombia que incluye el universo arancelario en un programa de desgravación arancelaria basado en la complementariedad de sus economías y atendiendo sensibilidades, busca el establecimiento de un

espacio económico ampliado entre los países, que permita la libre circulación de bienes, servicios y factores productivos (MINCOMERCIO, 2020)..

- Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Colombia y los Estados AELC (EFTA)

El primero de julio de 2011 entró en vigor el Acuerdo de Libre Comercio entre Colombia y dos de los países miembros de la Asociación Europea de Libre Comercio, Suiza ratificó el tratado el 29 de octubre y Liechtenstein el 26 de noviembre de 2009 (MINCOMERCIO, 2020).

- Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Canadá

El Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Canadá, sus cartas adjuntas y sus entendimientos fueron suscritos en Lima, Perú, el 21 de noviembre de 2008, y “el canje de notas que corrige el acuerdo de libre comercio entre Colombia y Canadá” el 18 y 20 de febrero de 2010. El acuerdo fue aprobado mediante la Ley 1363 del 9 de diciembre de 2009 por el Congreso colombiano (MINCOMERCIO, 2020).

- Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Estados Unidos de América

El proceso culmina con la publicación del Decreto 993 del 15 de mayo de 2012, mediante el cual se promulga el "Acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América", sus "Cartas Adjuntas" y sus "Entendimientos", la Proclama es un requisito necesario para la entrada en vigor del Tratado (MINCOMERCIO, 2020).

- Acuerdo de Complementación Económica No. 72 Colombia Mercosur

El Acuerdo comercial con el Mercosur representa para Colombia una oportunidad para acceder a un mercado potencial cercano a 250 millones de consumidores con un PIB superior a los US\$2.400 billones, y cerca del 97% del universo arancelario libre de arancel. Los productos colombianos cuentan con acceso preferencial a uno de los mercados más grandes y protegidos del continente, obteniendo, además, materias primas y bienes de capital más baratos, a fin de contribuir en la disminución de costos de producción y mejorar su competitividad (MINCOMERCIO, 2020).

- Acuerdo de Alcance Parcial de Naturaleza Comercial AAP.C N° 28 entre la República de Colombia y la República Bolivariana de Venezuela
- Acuerdo de complementación económica N° 49 celebrado entre la República de Colombia y la República de Cuba

Como resultado del Acuerdo, Colombia puede ingresar al mercado cubano con preferencias arancelarias del 100%: animales vivos, carne bovina, lácteos, flores, papas, hortalizas, bananos, café, arroz, aceite de palma, margarina, dulces, confetis, chocolate, productos de panadería, mermeladas, agua mineral y gaseada, cerveza, entre otros. Por su Parte, Cuba puede vender con preferencia arancelarias del 100% al mercado colombiano: quesos, verduras, alimentos procesados, químicos, cosméticos, artículos de cuero, confecciones, entre otros (MINCOMERCIO, 2020).

- Acuerdo Comercial entre la Unión Europea, Colombia, Perú y Ecuador

Para Colombia y Perú, el acuerdo entró en vigencia en el año 2013 (MINCOMERCIO, 2020).

- Alianza del pacífico

- Tratado de libre comercio entre Colombia y Costa Rica

Este acuerdo da acceso preferencial, en especial, a las manufacturas colombianas que hoy compiten en desventaja frente a terceros países, en uno de los mercados más atractivos de la región. En 2015 Colombia exportó US\$248 millones que pagaron en promedio un Arancel NMF del 5.6% (11.3% en agro) (MINCOMERCIO, 2020).

- Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Colombia y la República de Corea

Es una oportunidad adicional para alcanzar el objetivo de aumentar las exportaciones colombianas, diversificar los mercados de exportación, incrementar la inversión extranjera directa en sectores no sólo minero-energéticos sino en sectores productivos, y fomentar la cooperación en sectores estratégicos (MINCOMERCIO, 2020).

14. Producto

Según la información suministrada por el encargado del área de mercado, se enfatizó que el producto que más les interesa para establecer un plan de importación es el “Rodamiento de bolas”, siendo el producto con más cantidad de ventas, posicionándose como una opción viable dentro del mercado, ya que la intención es invertir para comercializar y evitar el intermediario, en este caso el proveedor.

Ilustración 27. Rodamientos de bolas Korea partes



Fuente: El autor.

Los rodamientos de bolas son los más comunes y los más utilizados en las aplicaciones del mercado, siendo capaces de soportar cargas axiales y radiales. Su característica principal es la velocidad de giro, siendo esta superior que en otros tipos de rodamientos. (Fersa Bearings, 2018).

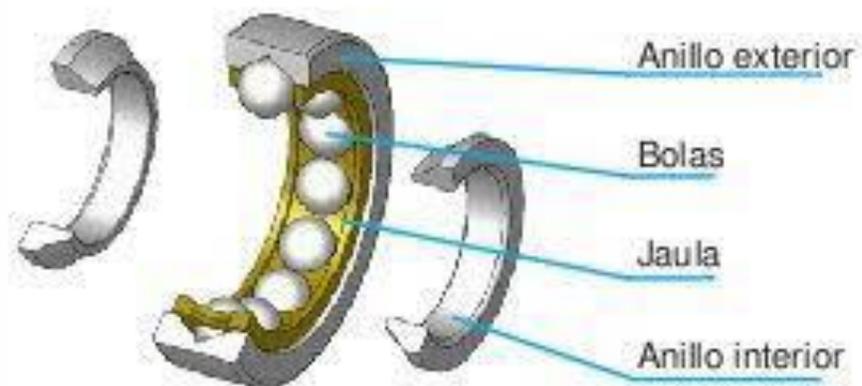
14.1 Tipos de rodamientos

- Radiales de bolas: El rodamiento de bolas de una hilera es el más popular de esta familia, por ello interviene en gran cantidad de aplicaciones.
- Contacto angular: Tiene en gama principalmente rodamientos de doble hilera de bolas siendo utilizados por los principales fabricantes de automóvil.
- Axiales de bolas: Son rodamientos de embrague. (Fersa Bearings, 2018).

14.2 Diseño

Los rodamientos de bolas son componentes de maquinaria que tienen elementos como: aro exterior, aro interior, bolas, retenes, placas de protección, etc. Los anillos elásticos ajustados a los rodamientos de una hilera con ranura son un método sencillo, además de una forma de ahorrar espacio, para ubicar el rodamiento en su alojamiento correspondiente. (Fersa Bearings, 2018).

Ilustración 28. Diseño de rodamiento de bolas con sus partes.



14.3 Partida arancelaria

Ilustración 29. Partida arancelaria de rodamientos de bola.

Código	Comp	Supl	Designación de Mercancías
8479.50.00.00			Robotes industriales
2714.90.00.00			Rocas asfálticas naturales
8482.10.00.00			Rodamientos de bolas
6117.80.10.00			Rodilleras, de punto
8429.40.00.00			Rodillos apisonadores autopropulsados
8430.61.10.00			Rodillos apisonadores sin propulsión
8443.99.00.00			Rodillos entintadores de imprenta
8432.80.00.00			Rodillos para el trabajo del suelo
9603.40.00.00			Rodillos para pintar
8482.91.00.00			Rodillos para rodamientos
8431.39.00.00			Rodillos para transportadores
7110.31.00.00			Rodio en bruto aleado
7110.31.00.00			Rodio en bruto sin alear
0602.30.00.00			Rododendros
4404.10.00.00			Rodrigones hendidos de madera conífera

Fuente: DIAN, 202

14.3.1 Perfil de la mercancía

Ilustración 30. Perfil de la mercancía.

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	8482.10.00.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos Rodamientos de bolas, de rodillos o de agujas. - Rodamientos de bolas			01-ene-2007	...	
Unidad física	u - Unidades o artículos			01-ene-2007	...	

14.3.2 Medidas de exportación e importación

Ilustración 31. Medidas de exportación e importación.

MEDIDAS			
Concepto	Importaciones	Exportaciones	Tránsito
Gravamen			
IVA			
Otras tarifas generales			
Gravámenes por acuerdos internacionales			
Medidas de protección comercial			
Régimen de comercio			
Bienes de capital			
Índice Alfabético Arancelario			
Notas de nomenclatura			
Correlativas por apertura			
Correlativas por cierre			
Requisitos Específicos de Origen (REO)			
Documentos soporte			
Características especiales			
Restricciones			
Restricciones por Zonas de Régimen Aduanero Especial			
Tarifas por Zonas de Régimen Aduanero Especial			
Modalidades permitidas			
Descripciones de mercancías			
Documentos soporte por zona de RAE			
Cupos de Mercancía			

15. Lista de países exportadores para el producto seleccionado

Ilustración 32. Lista de países exportadores de rodamientos con bola.

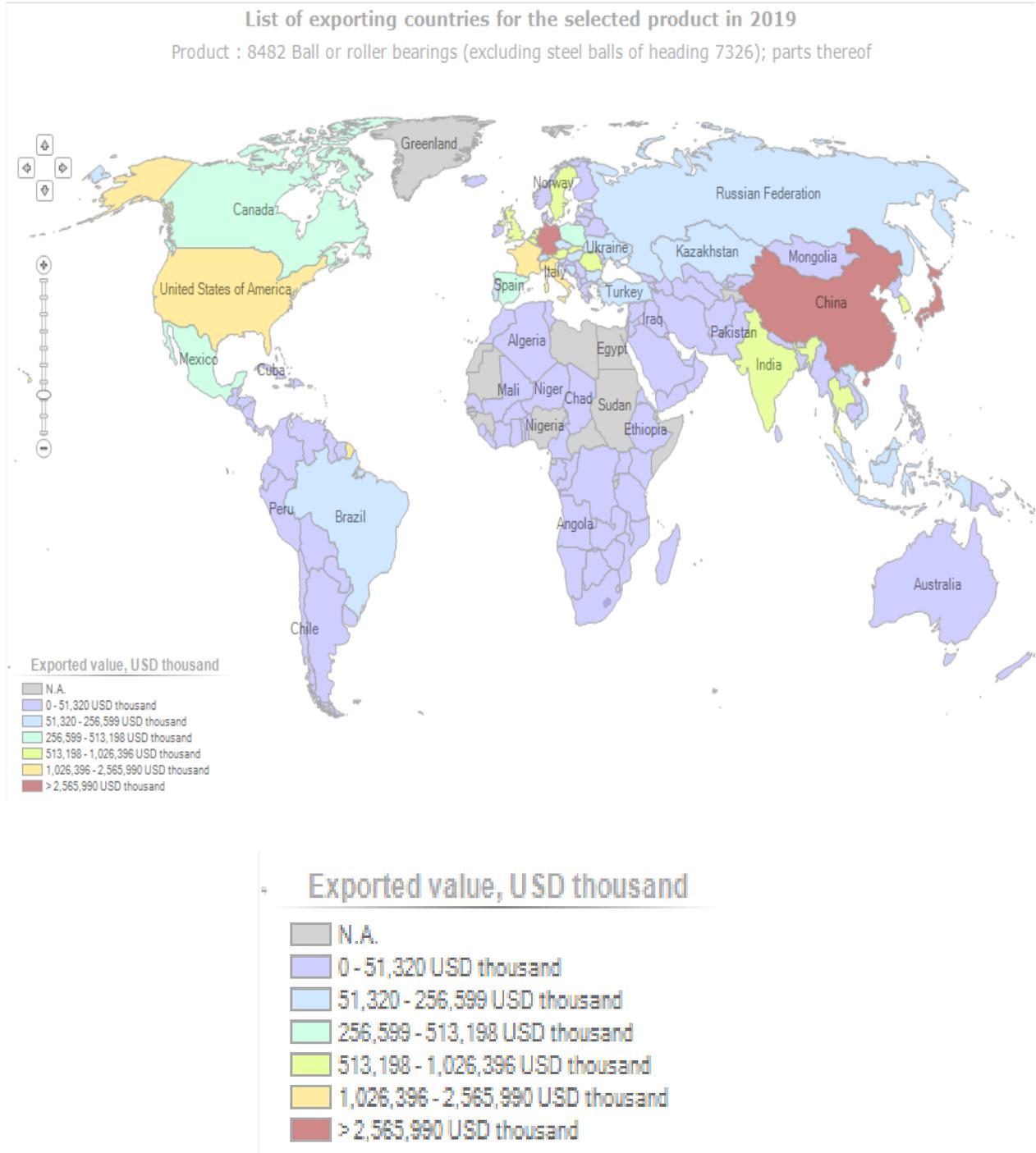


Ilustración 33. Lista de países exportadores de rodamientos con bola.

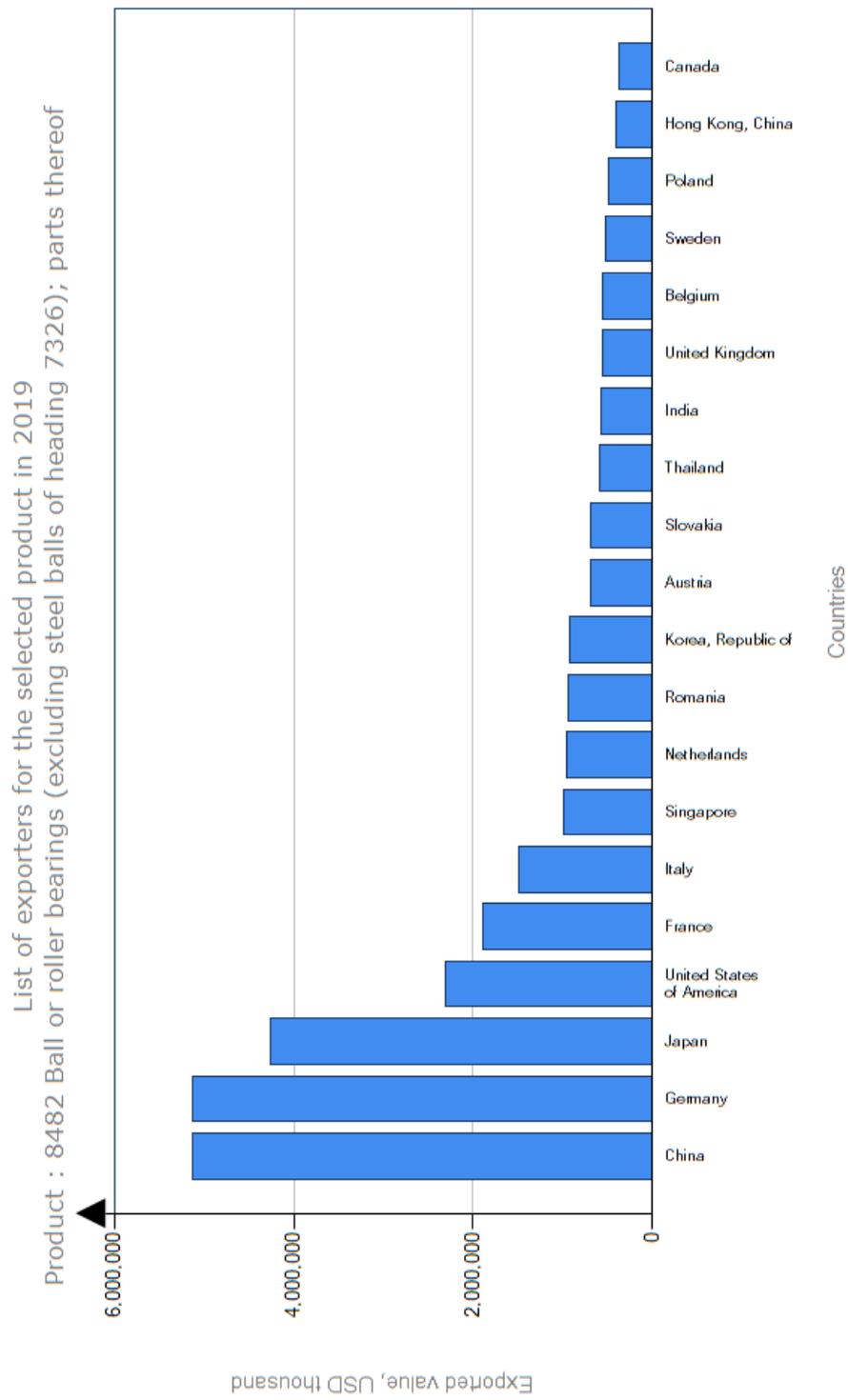


Ilustración 34. Lista de países exportadores de rodamientos con bola, por su valor en dólares.

HS4	Exporters	Value exported in 2019 (USD thousand) ▼
	World	32,660,309
+	China <i>i</i>	5,131,980
+	Germany <i>i</i>	5,128,997
+	Japan <i>i</i>	4,262,927
+	United States of America <i>i</i>	2,302,894
+	France <i>i</i>	1,887,972
+	Italy <i>i</i>	1,484,517
+	Singapore <i>i</i>	988,121
+	Netherlands <i>i</i>	962,607
+	Romania <i>i</i>	938,556

Fuente: Procolombia, 2020.

15.1 Matriz de Selección

Tabla 22. Matriz de selección de los países.

HS6	Producto código	Valor en dólares	% crecimiento anual entre 2015-2019	Cantidad exportada en 2019	unidad
CHINA	8482	12.331usd	9	2666	tonelada
ALEMANIA	8482	3693usd	5	120	tonelada
JAPON	8482	1295usd	8	58	tonelada

Fuente: trademap, 2020

16. China

Ilustración 35. Bandera de China.



Tabla 23. Datos sobre China.

<i>Factores</i>	<i>Datos</i>
PIB	25,270 billones
Población	1.395.380.000 personas
Moneda	Renminbi o yuan
Capital	Pekín

Fuente: Wikipedia, 2020

16.1 Entorno político

El actual gobierno de China tiene como líderes políticos al presidente Xi Jinping (desde el 14 de marzo de 2013), y vicepresidente Wang Qishan (desde el 17 de marzo de 2018), sus futuras fechas de elección presidencial están establecidas para el mes de marzo del año 2023. Las dinámicas políticas tuvieron un gran impacto en la economía china en 2019. El gobierno ha endurecido la retórica y el control político oficial, tanto a nivel interno como de política extranjera, protestas contra el gobierno y en favor de la democracia comenzaron en Hong Kong. Ha habido enfrentamientos violentos con la policía, contra la propuesta del gobierno chino de permitir la extradición a China continental. En enero de 2020, China y Estados Unidos finalmente

firmaron un acuerdo comercial, anunciando una tregua que podría suavizar la prolongada guerra entre las dos potencias. China se comprometió a comprar 200 mil millones USD de bienes y servicios de Estados Unidos, incrementando las compras de agricultura, manufacturas, energía y servicios. No obstante, tanto Estados Unidos como China mantendrá la mayoría de los aranceles sobre los bienes importados de cada cual. Actualmente continua El PCC (Partido Comunista Chino) como único partido político de China, y su forma de gobierno continua como "un Estado socialista bajo una dictadura democrática popular", El poder ejecutivo chino está supervisado por un órgano colegial dotado de importantes poderes: el Consejo de Asuntos del Estado (CAE), El poder legislativo es unicameral y recae en la Asamblea Nacional Popular (ANP) (Santandertrade, 2020).

16.2 Entorno económico

China es la segunda mayor economía mundial, el mayor exportador y tiene las mayores reservas cambiarias del mundo. Sin embargo, aunque China tiene uno de los crecimientos del PIB más rápidos del mundo, en 2019 el crecimiento económico se ralentizó ligeramente, con 6,1% (en comparación con 6,8% en 2018). Esto es resultado de una ralentización global, mientras la economía se aleja de un modelo en que el crecimiento se basa en la inversión, y que el gobierno implementa políticas para reducir las vulnerabilidades financieras. La demanda externa resiliente y un sólido consumo interno de los hogares reforzaron este crecimiento, a pesar de preocupaciones crecientes sobre los riesgos financieros en un contexto de reestructuración económica liderada por el gobierno comunista. Nuevos sectores como el comercio electrónico y los servicios financieros en línea están ganando impulso en una economía dominada por sectores orientados a la exportación. Se prevé que el crecimiento del PIB caiga a 1,2% en 2020, debido al

brote de COVID-19, y que luego repunte a 9,2% en 2021, según las últimas estimaciones del FMI (14 de abril de 2020) (Santandertrade, 2020).

16.3 Tasa representativa del mercado

Ilustración 36. Cambio de divisa china a peso colombiano.



Fuente: (Convertidor de divisas XE, 2020)

Este indicador es indispensable al momento de poder establecer la matriz de selección, dado que permite apreciar el peso que tiene la moneda colombiana sobre la moneda del país extranjero, entendiendo que entre menos pesos colombianos se pague por el producto, la negociación posee mayor viabilidad.

16.4 Tasa de inflación

Ilustración 37. IPC general para China.

IPC General China Julio 2020						
	Interanual		Acum. desde Enero		Variación mensual	
IPC General [+]	2,7%	■	3,7%	■	0,6%	■

Fuente: (expansión, 2020).

La tasa de variación anual del IPC en China en julio de 2020 ha sido del 2,7%, 2 décimas superior a la del mes anterior. La variación mensual del IPC (Índice de Precios al Consumo) ha sido del 0,6%, de forma que la inflación acumulada en 2020 es del 3,7% (Expansión, 2020).

16.5 Distancia geográfica

Ilustración 38. Distancia geográfica por ruta marítima China- Colombia.

Puerto de Desembarque	Puerto de Embarque	Conexiones	Tiempo de Tránsito (Días)
Shanghai	Cartagena	Manzanillo-Panamá	30
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá	31
	Santa Marta	Manzanillo-Balboa-Panamá	34
	Buenaventura	Directo	30
Ningbo	Cartagena	Manzanillo-Panamá	28
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá, Busan-Corea del Sur	28
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá	28
	Buenaventura	Directo	29
Qingdao	Cartagena	Manzanillo-Panamá	26
	Barranquilla	Manzanillo-Balboa-Panamá, Busan-Corea del Sur	41
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá	26
	Buenaventura	Directo	33
Yantian	Cartagena	Manzanillo-Panamá	34
	Barranquilla	Manzanillo-Balboa-Panamá, Busan-Corea del Sur	43
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá	34
	Buenaventura	Balboa-Panamá	30
Xiamen	Cartagena	Manzanillo-Panamá, Busan-Corea del Sur	25
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá	30
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá	31
	Buenaventura	Balboa-Panamá	30
Chiwan	Cartagena	Manzanillo-Panamá	37
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá	40
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá	37
	Buenaventura	Hong Kong-China	37
Shekou	Cartagena	Manzanillo-Panamá	37
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá	40
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá	37
	Buenaventura	Hong Kong-China	37

Fuente: Líneas Marítimas. Información procesada por la Coordinación de Logística y Competitividad – ProColombia

Fuente: (Procolombia, 2020).

17. ALEMANIA

Ilustración 39. Bandera de Alemania.



Tabla 24. Datos generales de Alemania

<i>Factores</i>	<i>Datos</i>
PIB	US\$ 4.626 billones
Población	83 149 300 hab.
Moneda	Euro
Capital	Berlín

Fuente (Wikipedia, 2020).

17.1 Entorno político

El actual gobierno de Alemania tiene como líderes políticos al Presidente: Frank-Walter Steinmeier (desde el 19 de marzo de 2017), al canciller Ángela MERKEL (desde noviembre de 2005), sus posteriores elecciones presidenciales están programadas para febrero 2022. Los principales partidos políticos que allí se encuentran son: Unión Demócrata Cristiana (CDU): conservadores, Unión Social Cristiana (CSU): conservadores, basados en Bayern, partido considerado como el aliado auxiliar de la CDU, Partido Socialdemócrata (SPD): centro-izquierda, social demócratas, Die Linke: izquierda, Partido Democrático Libre (FDP): centro derecha, Bündnis90/die Gruenen: izquierda / verde, Alternativa para Alemania (AfD) : extrema derecha. Alemania es una república democrática, federal parlamentaria donde el jefe de gobierno es el Canciller, El jefe de Estado es el Presidente, su poder legislativo en Alemania es bicameral (Asamblea federal y consejo federal) (Santandertrade, 2020).

17.2 Entorno económico

Alemania es la economía más grande de Europa y la cuarta potencia económica mundial. Según el FMI, en 2019 el país tuvo la tasa de crecimiento más baja desde la crisis de la eurozona, con un

crecimiento del PIB de solo 0,6% —en comparación con 1,5% el año anterior. Esto se debió principalmente a la caída mundial de la demanda de bienes de capital y la incertidumbre que genera el proceso del Brexit, que ha afectado a la economía alemana, orientada a la exportación. A esto se suma la incertidumbre política y los cambios estructurales en la industria automotriz. Según las últimas estimaciones del FMI, del 14 de abril de 2020, debido al brote de COVID-19, el crecimiento del PIB debiera caer a -7% en 2020, y repuntar a 5,2% en 2021, dependiendo de la recuperación económica posterior a la pandemia (Santandertrade, 2020).

17.3 Tasa representativa del mercado

Ilustración 40. Cambio de divisa de Euro a Peso colombiano.



Fuente: (Convertidor de divisas XE, 2020)

17.4 Tasa de inflación

Ilustración 41. IPC general Alemania.

IPC General Alemania Agosto 2020			
	Interanual	Acum. desde Enero	Variación mensual
IPC General [+]	0%	0,2%	-0,1%

Fuente: (expansión, 2020).

La tasa de variación anual del IPC en Alemania en agosto de 2020 ha sido del 0%, 1 décima superior a la del mes anterior. La variación mensual del IPC (Índice de Precios al Consumo) ha sido del -0,1%, de forma que la inflación acumulada en 2020 es del 0,2% (expansión, 2020).

17.5 Distancia geográfica

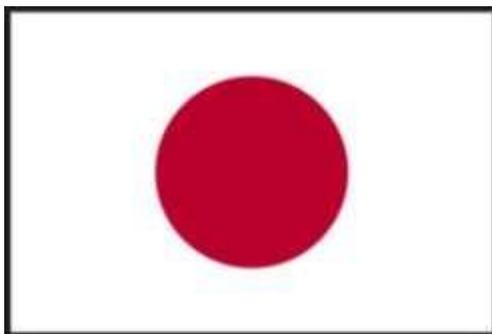
Ilustración 42. Distancia geográfica por ruta marítima entre Alemania y Colombia.

Puerto de Desembarque	Puerto de Embarque	Conexiones	Tiempo de Tránsito (Días)
Hamburgo	Cartagena	Directo	16
	Barranquilla	Cartagena-Colombia	20
	Santa Marta	Directo	14
	Buenaventura	Posorja-Ecuador	26
Bremerhaven	Cartagena	London Gateway-Reino Unido	18
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá	23
	Santa Marta	Amberes-Bélgica	19
	Buenaventura	Balboa-Manzanillo-Panamá	28
Bremen	Cartagena	Hamburgo-Alemania	19
	Barranquilla	Santa Marta-Colombia, Hamburgo-Alemania	21
	Santa Marta	Hamburgo-Alemania	14
	Buenaventura	Balboa-Panamá, Rotterdam-Países Bajos	26

Fuente: (Procolombia, 2020).

18. JAPON

Ilustración 43. Bandera de Japón.



Fuente: (Google Imágenes, 2020)

Tabla 25. Datos generales sobre Japón.

<i>Factores</i>	<i>Datos</i>
PIB	USD 5,167 billones
Población	126.926.000 de habitantes
Moneda	Yen “JPY”
Capital	Tokio

Fuente: (Wikipedia, 2020).

18.1 Entorno político

El actual gobierno de Japón tiene como líderes políticos al Emperador: Naruhito (desde el 1 de mayo de 2019), y como primer Ministroa Shinzō Abe (Partido Liberal Democrático), sus próximas elecciones de cámara de representantes y cámara de consejeros están programadas para el año 2022. En 2019, Shinzo Abe se convirtió en el primer ministro japonés que más tiempo ha ocupado el puesto. En principio, estará en el cargo hasta septiembre de 2021. Al mismo tiempo, en mayo de 2019 el príncipe Naruhito fue consagrado como el emperador 126 de Jpaón. El 7 de octubre de 2019, tras seis meses de negociaciones, Estados Unidos y Japón firmaron dos acuerdos para liberalizar el comercio bilateral. La relación de Japón con China sigue siendo frágil, aunque ha mejorado en los últimos años. La situación entre Japón y Corea del Sur, por otra parte, ha empeorado recientemente, debido una normativa de Corea del Sur de 2018 que obliga a las empresas japonesas a pagar una compensación por el trabajo forzado de coreanos durante la Segunda Guerra Mundial. En respuesta a esto, Japón impuso sanciones sobre las exportaciones de materiales semiconductores dirigidos a Corea del Sur, y eliminó al país de la llamada "lista blanca" de socios comerciales preferenciales. Corea del Sur, por su parte, amenazó con poner fin al Acuerdo de Seguridad General de Información Militar, el acuerdo de intercambio de

información militar estratégica que comparte con Japón. Los líderes de ambos países se reunieron apenas en diciembre de 2019 para intentar superar estos diferendos (Santandertrade, 2020).

18 .2 Entorno económico

Japón, la tercera economía más grande del mundo, está altamente expuesta a los impactos externos debido a su fuerte dependencia de las exportaciones. Esta vulnerabilidad se ha mostrado en los últimos años, ya que su economía experimentó períodos de recesión junto con la desaceleración de la economía mundial. Como previsto por el gobierno japonés, el contexto externo generó una tasa de crecimiento más lenta en 2019, con 0,7. El crecimiento fue impulsado principalmente por el consumo interno, que creció considerablemente justo antes de que entrara en vigor el aumento del impuesto sobre ventas nacionales en octubre de 2019. Por otra parte, la inversión comercial y las exportaciones se han debilitado como consecuencia de la guerra comercial entre Estados Unidos y China. Según las estimaciones del FMI actualizadas el 14 de abril de 2020, debido al brote de COVID-19, se prevé que el crecimiento del PIB caiga a -5,2% en 2020, y que repunte a 3% en 2021, según la recuperación económica global posterior a la pandemia (Santandertrade, 2020).

18.3 Tasa representativa del mercado

Ilustración 44. Tasa representativa del mercado en Japón.

Importe: 1 De: JPY Yen japonés Para: COP Peso colombiano

1 JPY = 36,4800 COP

1 COP = 0,0274123 JPY
1 JPY = 36,4800 COP

Conversión de Yen japonés a Peso colombiano Última actualización: 2020-09-22 20:39 UTC

Fuente: (Convertidor de divisas XE, 2020)

18.4 Tasa de inflación

Ilustración 45. Tasa de inflación en Japón.

IPC General Japón Agosto 2020			
	Interanual	Acum. desde Enero	Variación mensual
IPC General [+]	0,2%	-0,3%	0,1%

Fuente: (expansión, 2020).

La tasa de variación anual del IPC en Japón en agosto de 2020 ha sido del 0,2%, 1 décima inferior a la del mes anterior. La variación mensual del IPC (Índice de Precios al Consumo) ha sido del 0,1%, de forma que la inflación acumulada en 2020 es del -0,3% (expansión, 2020).

18.5 Distancia geográfica

Ilustración 46. Distancia geográfica por ruta marítima entre Japón y Colombia

Puerto de Desembarque	Puerto de Embarque	Conexiones	Tiempo de Tránsito (Días)
Yokohama	Cartagena	Manzanillo-Balboa-Panamá	23
	Barranquilla	Manzanillo-Balboa-Panamá	24
	Santa Marta	Manzanillo-Balboa-Panamá	23
	Buenaventura	Directo	24
Kobe	Cartagena	Manzanillo-Panamá	25
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá	31
	Santa Marta	Manzanillo-Balboa-Panamá	37
	Buenaventura	Busan-Corea del Sur	32
Nagoya	Cartagena	Manzanillo-Panamá, Busan -Corea del Sur	28
	Barranquilla	Manzanillo-Balboa-Panamá	37
	Santa Marta	Manzanillo-Balboa-Panamá	36
	Buenaventura	Busan-Corea del Sur, Yokkaichi-Japón	32
Osaka	Cartagena	Manzanillo-Panamá, Kobe-Japón	30
	Barranquilla	Cartagena-Colombia, Manzanillo-Panamá, Kobe-Japón	34
	Santa Marta	Manzanillo-Balboa-Panamá	37
	Buenaventura	Directo	29
Tokio	Cartagena	Manzanillo-Panamá	24
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá	30
	Santa Marta	Manzanillo-Balboa-Panamá, Yokohama-Japón	32
	Buenaventura	Yokohama-Japón	27
Hachinohe	Cartagena	Manzanillo-Panamá, Busan -Corea del Sur	24
	Barranquilla	Cartagena-Colombia, Manzanillo-Panamá, Busan -Corea del Sur	32
	Santa Marta	Cartagena-Colombia, Manzanillo-Panamá, Busan -Corea del Sur	35
	Buenaventura	Busan-Corea del Sur	34
Tomakomai	Cartagena	Manzanillo-Panamá, Busan -Corea del Sur	25
	Barranquilla	-	-
	Santa Marta	Cartagena-Colombia, Manzanillo-Panamá, Busan -Corea del Sur	32
	Buenaventura	Directo	29

Fuente: Línea Marítima Operada por la Coordinación de Logística y Comodidad, Procolombia

Fuente: (Procolombia, 2020).

19. Cuadro Matriz De Selección

Para establecer el mercado objetivo, mercado alternativo y mercado de contingencia, es necesario determinar los pesos o valoraciones en los factores que por cierta apreciación son más importantes que otras, que de igual manera generan una calificación final, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

Verde: 3 puntos.

Amarillo: 2 puntos.

Rojo: 1 punto

Tabla 26. Matriz de selección.

<i>Valoración</i>	<i>Factores</i>	<i>China</i>	<i>Alemania</i>	<i>Japón</i>
<i>0</i>	<i>Moneda</i>	YUAN	EURO	YEN
<i>3</i>	<i>TRM</i>	\$564,343	\$4482,77	\$36,4800
<i>2</i>	<i>IPC</i>	2,7%	0%	0,2%
<i>2</i>	<i>Distancia Marítima (Días)</i>	30	16	24
<i>1.5</i>	<i>Importaciones (miles de USD)</i>	\$12,332.00	\$3,693.00	\$1,295.00
<i>1.5</i>	<i>Acuerdo comercial</i>	No	si	no
	<i>Total calificaciones</i>	13	23,5	20

Fuente: (El autor, 2020)

Según los anteriores resultados, se aprecia que el mercado determinado como objetivo será Alemania, el mercado alternativo será Japón y el mercado de contingencia será China, la

selección del mercado se basó principalmente por diferencias sobre el peso de la moneda colombiana sobre la extranjera, el índice de precios al consumidor y la cantidad de importaciones que recibe Colombia desde ese país.

19.1 Mercado Seleccionado

19.1.1 Alemania

Alemania es definida como el mercado europeo de automoción más importante tanto en términos de ventas, como en términos de producción, se ha posicionado en el mercado automotriz internacional como economía que tienen ventaja comparativa en la fabricación de vehículos de motor con una producción anual individual, superior a 1.000.000 de unidades, creando marcas, muy reconocidas en los cinco continentes, con presencia a nivel global, continental y regional (Zapata, 2019).

19.1.2 Logística de importación

Requisitos para importar en Colombia (MINISTERIO DE COMERCIO, 2020).

1. Ubicación de la sub-partida arancelaria
2. Registro como importador, se debe pertenecer al régimen común, para ello debe estar inscrito ante la cámara de comercio, y contar con registro único tributario.
3. Estudio de mercadeo y factibilidad económica de la importación
4. Identificación del producto, con sub-partida arancelaria, para saber los impuestos a pagar
5. Consulte el Arancel de Aduanas para verificar si el producto a importar está sujeto a vistos buenos e inscripciones previas ante entidades como ICA, INVIMA, Ministerio de Minas, Ministerio de Ambiente-ANLA, Ministerio de Transporte, Ministerio de

Agricultura, Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, Superintendencia de Industria y Comercio, Agencia Nacional Minera, AUNAP entre otras.

6. Trámite ante ministerio de comercio, industria y turismo.
7. Inscripción en el Grupo VUCE
8. Elaboración del registro de importación a través del Sistema VUCE
9. Pago del Registro de Importación electrónica
10. Verifique los términos de negociación internacional (INCOTERMS) y si le corresponde pagar el valor del transporte internacional, contrate la empresa transportadora con la que se definirán dichos costos para el traslado de la mercancía hasta el puerto colombiano que más convenga.
11. se recomienda solicitar autorización para realizar una pre-inspección con anterioridad a la presentación de la Declaración de Importación.
12. Si el valor de la Importación es igual o superior a USD5.000, se debe diligenciar la declaración andina del valor en aduana.
13. La liquidación de tributos Aduaneros (Gravamen Arancelario e IVA), se hace a través de la declaración de importación.
14. una vez cancelados los impuestos de importación, debe dirigirse al Depósito Habilitado de Aduanas donde se encuentre la mercancía y presentar los siguientes documentos:
 1. Registro o Licencia de Importación, Declaración de Importación, declaración Andina del valor en Aduana, Si se requiere, certificado de Origen, documento de Transporte,

19.1.3 Ruta marítima

Tabla 27. Distancia geográfica calculada entre los dos puertos con recorrido directo entre Alemania y Colombia.

RUTA	TIEMPO
Hamburgo- Santa marta	14 horas
Santa marta- Ibagué	14 horas

RUTA	TIEMPO
Hamburgo- Cartagena	16 horas
Cartagena- Ibagué	17 horas
Duración total	33 horas
Duración total	28 horas

Fuente (Procolombia & Google maps 2020).

19.1.4 Incoterms

Al momento de realizar una importación se deben establecer ciertas ventajas para el comprador o importador, quien posee el poder de negociación y puede poner condiciones sobre la mesa, por lo que se recomienda utilizar un Incoterms que se adapte a las necesidades de disminuir los costos en el trámite que se piensa desarrollar, por lo que se recomienda la utilización de un DDP (Delivered duty paid), donde el embalaje, la verificación, las licencias, autorizaciones y formalidades aduaneras, la carga en fábrica o en almacén, el transporte en interior, los costes de manipulación en el lugar de origen, el seguro, los costes de manipulación en el lugar de destino, el despacho de importación corresponde como obligación del vendedor, por el contrario en lugar de destino, así como la recepción de descarga corresponde como obligación del comprador (Procolombia, 2020).

Ilustración 47. Incoterms según obligaciones requeridas por el comprador y el vendedor.



imeanticipa **GUÍA DE COSTES Y RIESGOS DE LOS INCOTERMS® 2020**

Incoterms® 2020 Cámara Internacional de Comercio		Embalaje verificación control	Licencias autorizaciones formalidades	Formalidades aduaneras de exportación	Carga en fábrica o almacén	Transporte interior.	Costes manipulación en origen	Transporte principal internacional	Seguro	Costes manipulación en destino	Despacho de importación	Transporte interior en destino	Recepción y descarga
EXW Ex Works En fábrica	Coste	Light Blue	Red/Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue
	Riesgo	Dark Blue	Red/Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue
FCA Free Carrier Franco Transportista	Coste	Light Blue	Red/Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue
	Riesgo	Dark Blue	Red/Blue	Light Blue	Light Blue	Dark Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue
CPT Carriage Paid To Transporte Pagado Hasta	Coste	Light Blue	Red/Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue
	Riesgo	Dark Blue	Red/Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue
CIP Carriage and Insurance Paid to Transporte y Seguros Pagados Hasta	Coste	Light Blue	Red/Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue
	Riesgo	Dark Blue	Red/Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue
DAP Delivered At Place Entregada En Lugar	Coste	Light Blue	Red/Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue
	Riesgo	Dark Blue	Red/Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue
DPU Delivered at Place Unloaded Entregada en Lugar Descargada	Coste	Light Blue	Red/Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue
	Riesgo	Dark Blue	Red/Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue
DDP Delivered Duty Paid Entregada Derechos Pagados	Coste	Light Blue	Red/Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue
	Riesgo	Dark Blue	Red/Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue

Incoterms® 2020 - Reglas para cualquier modo o modos de transporte

Fuente: (Procolombia, 2020).

20. Conclusiones

El diagnóstico empresarial permitió obtener una valoración de las condiciones presentadas en cada una de las áreas que constituyen la empresa Korea partes, arrojando un panorama alentador para cada una de ellas, con presencia de pocas debilidades, dicha evaluación permite proponer nuevas tácticas para su fortalecimiento, lo cual traerá consigo resultados positivos frente al cumplimiento de la finalidad corporativa de la empresa.

Se determinó que aunque la empresa cuenta con un excelente equipo de talento humano, este requiere de capacitaciones continuas para la implementación de herramientas innovadoras que faciliten el tratamiento y procesamiento de todo tipo de información tanto, contable como financiera, permitiendo que esta pueda ser sistematizada y actualizada periódicamente por medio del uso de diferentes softwares que favorezcan que la información sea más consistente y fidedigna con datos empresariales inteligentes de calidad.

Establecer la proyección de la organización a través de la definición formal de su misión, visión y objetivos corporativos permite mejorar la gestión estratégica y alinear al equipo de trabajo en la persecución de la misma meta corporativa a futuro.

Implementar un cambio en las condiciones iniciales de la empresa que involucren la aplicación de una jerarquización organizacional bajo la creación de un organigrama que mantenga al personal actualizado sobre sus actividades y funciones específicas por medio de la adaptación del

uso de formatos, que desglosen las actividades pertinentes por cada departamento, constituye una medida necesaria para que el área de talento humano y los canales de comunicación mejoren su gestión.

Manejar en el entorno, los métodos necesarios para la mejora en sus instalaciones de almacenamiento como lo es el uso de gabeteros, traerá beneficios no solo para el flujo de la mercancía y la prevención de pérdidas monetarias relacionadas con inventario desactualizado, sino que adicional otorgará beneficios indirectos para el área de talento humano como lo es la garantía de la seguridad en sus instalaciones al optimizar el libre tránsito.

La incorporación del uso de plataformas de comunicación, incrementa la divulgación rápida a todo tipo de público, del portafolio de productos con el que cuenta la empresa, influyendo en la mejora del posicionamiento de las ventas de la empresa Korea partes fortaleciendo la imagen corporativa de la empresa con base en las buenas calificaciones y puntuaciones de la prestación del servicio.

La actualización del organigrama y la implementación de un formato de descripción de funciones y perfiles del personal de la empresa Korea partes, especificando el encargado, la relación de autoridad, las funciones generales y específicas junto con los requisitos para ejercer el cargo permiten evitar la duplicidad de funciones y aumentar la eficiencia y desempeño de los trabajadores dentro de la organización.

La propuesta de un plan de importación implica la continuidad y longevidad de la empresa con ayuda de la introducción de nuevos productos en el mercado, sin la existencia de un proveedor como intermediario, con el objetivo de aumentar el margen de ganancias frente a la venta de una pieza o complemento, fortaleciendo así mismo el GOOD WILL frente a factores como la clientela, la eficiencia, el prestigio y la experiencia.

La incorporación de programas de última generación o actualizaciones para el manejo de la información permite cambiar positivamente la dinámica del trabajo, disminuyendo el margen medio de errores e incrementando la proactividad y participación.

Recomendaciones

De acuerdo con los resultados obtenidos en el presente proyecto de investigación, se recomienda hacer énfasis en la configuración de algunos cambios necesarios a la mayor brevedad posible, que incluyen considerar la propuesta de jerarquización organizacional que se presenta en este documento como un nuevo escenario que permita fortalecer la claridad de la estructura personal, donde se involucre un líder designado, para los demás niveles jerárquicos, con la finalidad de evitar inconsistencias relacionadas con definición funcional, ya que fortificar los aspectos relacionados con el área de talento humano, interferirá positivamente en la mejora de los sistemas de comunicación entre los mismos, puesto que se obtendrá mayor comprensión sobre las actividades y roles específicos que debe desempeñar cada integrante dentro de la organización.

Realizar una mejora en la gestión de los recursos presupuestales y legales que involucre una futura reestructura innovadora, que integre la automatización de las tareas así como el trabajo en red por medio del uso de software de gestión financiera, a manera de evitar inconsistencias relacionadas con el área de presupuestos y gestión financiera de la organización, para que los distintos departamentos puedan compartir la información de datos que permita el desarrollo de estrategias conjuntas más fiables.

Bibliografía

Arnold-Cathalifaud, M. (2008). Las organizaciones desde la teoría de los sistemas sociopolíticos.

Cinta de moebio, (32), 90-108. Recuperado el 29 de Octubre de 2020 en

<http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/32/arnold.html>

Asencio, L. C., Crespo, S. F. G., Rosales, W. C., & Vergara, V. V. M. (2017). El diagnóstico

organizacional, contextualizado en los negocios fabriles de la provincia de Santa Elena-

Ecuador 2015-2016. INNOVA Research Journal, 2(5), 137-147. Recuperado de

<file:///C:/Users/dcvar/Downloads/Dialnet->

<ElDiagnosticoOrganizacionalContextualizadoEnLosNeg-5994739.pdf>

Banco Mundial (s,f). Colombia, panorama general. Recuperado en 05 de agosto de 2020 en

<https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview>

Bravo Rojas, Leonidas Manuel, & Valenzuela Muñoz, Alberto, & Ramos Vera, Patricia María, &

Tejada Arana, Arístides Alfonso (2019). Perspectiva teórica del diagnóstico

organizacional. Revista Venezolana de Gerencia, 24(88),1316-1328.[fecha de Consulta 17

de Agosto de 2020]. ISSN: 1315-9984. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=290/29062051021>

Bravo Rojas, Leonidas Manuel, & Valenzuela Muñoz, Alberto, & Ramos Vera, Patricia María, &

Tejada Arana, Arístides Alfonso (2019). Perspectiva teórica del diagnóstico

organizacional. Revista Venezolana de Gerencia, 24(88),1316-1328.[fecha de Consulta 31

de Octubre de 2020]. ISSN: 1315-9984. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=290/29062051021>

Calderón Hernández, G., Naranjo Valencia, J. C., & Alvarez Giraldo, C. M. (2011). Gestión empresarial en Colombia: un aporte desde la administración. Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de <http://bdigital.unal.edu.co/48645/2/9789587197969.pdf>

Carmen Muñoz, Edith. (2009). Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) para la gestión bibliotecaria: pautas para una aplicación. *Investigación bibliotecológica*, 23(48), 105-126. Recuperado en 18 de septiembre de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2009000200005&lng=es&tlng=es

Contreras, A. V. (2007). La organización, el sistema y su dinámica: una versión desde Niklas Luhmann. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (61), 129-156. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20611495014.pdf>

Cortes Mejía, K. S. (2017). Planeación estratégico-táctico en Corpar Autopartes Ltda. Bajo los lineamientos de Balanced Scorecard-cuadro de mando integral. Recuperado el 9 de septiembre del 2020 en <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/11192/Documento%20final-Kevin%20cortes%20M.pdf?sequence=1>

DANE (2020). Comunicado de prensa Índice de Precios al Consumidor (IPC) Julio de 2020. Recuperado el 5 de agosto de 2020 en https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/cp_ipc_jul20.pdf.

DANE (2020). Identificador Mercado Laboral. Recuperado el 1 agosto de 2020 en <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>.

David, Fred (2003). Conceptos de Administración Estratégica. Novena edición. Pearson Education. México.

Dávila, C. (2005). Generación de conocimiento administrativo en América Latina: ¿realidad, necesidad o utopía. En Calderón, G. y Castaño, G. A. (coords.) Investigación en Administración en América Latina: evolución y resultados (pp. 39-43). Manizales: Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales.

Dinero, 2020. Anif dice que la economía colombiana requiere más impulso. Recuperado el 21 de septiembre de 2020 en <https://www.dinero.com/economia/articulo/como-impulsar-la-reactivacion-economica-en-colombia/300853>.

Domínguez, D. B., Palazuelos, C. E. M., Unzaga, G. G. A., & Carrillo, K. M. T. (2014). La alternativa del diagnóstico empresarial para la gestión directiva en las pequeñas empresas comerciales en Sinaloa. Telos, 16(2), 278-299. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99331125005.pdf>

El tiempo (2020). Los retos políticos con los que el Gobierno arranca este 2020. Recuperado enero 20 de 2020 en <https://www.eltiempo.com/politica/gobierno/los-retos-politicos-con-los-que-el-gobierno-arranca-este-2020-448956>

El tiempo (2020). Signos de debilidad que muestra economía del país ¿qué tanto durará? Recuperado el 07 de mayo el 2020 en <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/economia-colombiana-en-2020-que-tanto-durara-la-debilidad-493094>

Expansión (2020). IPC Alemania. Recuperado el 22 de septiembre de 2020 en <https://datosmacro.expansion.com/ipc->

[países/alemania#:~:text=La%20tasa%20de%20variaci%C3%B3n%20anual,es%20del%200%2C2%25.](#)

Expansión (2020). Datos macro. Recuperado el 12 de agosto de 2020 en <https://datosmacro.expansion.com/ipc-países/china#:~:text=La%20tasa%20de%20variaci%C3%B3n%20anual,es%20del%203%2C7%25>.

Expansión (2020). El IPC desciende hasta el 0,2% en agosto en Japón. Recuperado el 22 de septiembre de 2020 en <https://datosmacro.expansion.com/ipc-países/japon#:~:text=La%20tasa%20de%20variaci%C3%B3n%20anual,del%20%2D0%2C3%25>.

Ferrell, O. C., & Hartline, M. D. (2012). *Estrategia de marketing*. Cengage Learning Editores.

Fersa Bearings. (2018). *Fersa Bearings*. Obtenido de <https://www.fersa.com/es/gama-de-producto/rodamientos-de-bolas>.

Francés, Antonio (2001), *Estrategia para la Empresa en América Latina*. IESA. Caracas, Venezuela. Recuperado el 29 de Octubre de 2020 en <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29062051021/29062051021.pdf>

González, H (2013). *Diseño organizacional para la empresa automotriz Pérez dedicada al tecnico y automotriz en el cantón la libertad provincia de santa Elena, año 2013*. Trabajo de titulación ingeniera en desarrollo empresarial. La libertad – Ecuador. Recuperado en <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1266/1/DISE%C3%91O%20%20%20%20ORGANIZACIONAL%20%20PARA%20%20%20LA%20%20%20%20EMPRESA%20>

[0AUTOMOTRIZ%20P%C3%89REZ%20DEDICADA%20AL%20TECNICENTRO%20Y%20AUTOMOTRIZ%20%20EN%20EL%20CANT%C3%93.pdf](#)

Lazo Tinoco, X. E. (2016). *Incidencia de la atención al cliente y el portafolio de productos en la imagen de la empresa ENLASA (Enlasamos manos trabajadoras) NICARAGUA, en el departamento de Matagalpa, año 2016* (Doctoral dissertation, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua). Recuperado de <https://repositorio.unan.edu.ni/5281/1/6079.pdf>

Martínez Carbajal, A. (2004). *Planeación estratégica de la planta* (Doctoral dissertation, Universidad Autónoma de Nuevo León). Recuperado el 12 de abril del 2020 en <http://eprints.uanl.mx/1513/1/1020146704.PDF>

MINISTERIO DE COMERCIO (2020). ¿Cómo importar a Colombia?. Recuperado el 22 de septiembre de 2020 en <https://mincit.gov.co/estudios-economicos/como-importar-a-colombia>

MINISTERIO DE COMERCIO (2020). *Acuerdos TLC Colombia. Acuerdos vigentes.* Recuperado el 15 de mayo de 2020 en <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente>

Ministerio de Educación (s,f). *Autopartes.* Recuperado el 4 de Septiembre, del 20120 en https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-299734.html?_noredirect=1

Montalvo Claros, O. G. (2010). *Diagnostico Empresarial (Análisis Integral).* Recuperado de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/7322/124365.pdf?sequence=1>

Niven, P. R. (2007). *Cuadro Mando Integral Pas. Grupo Planeta (GBS).* Recuperado el 18 de septiembre del 2020 en

<https://books.google.com.co/books?id=rKaw9hTAa5gC&printsec=frontcover&dq=balanced+scorecard+pdf&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjAhbSfmfPrAhWRxVkKHhZ9B1YQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q&f=false>

Noticias comercio exterior (2018). Cómo afecta el mercado negro en la importación de autopartes y repuestos en Colombia. Centro virtual de Negocios. Recuperado de <https://www.cvn.com.co/importacion-de-autopartes-y-repuestos-en-colombia/>

Portafolio, 2020. FMI prevé un hundimiento de la economía colombiana en 2020. Recuperado el 26 de junio de 2020 en <https://www.portafolio.co/internacional/noticias-coronavirus-fmi-preve-hundimiento-economia-colombiana-en-2020-542138>.

Portugal, V (2017). Diagnostico empresarial. Fundación universitaria del área Andina. Programa administración de empresas. Bogotá. Recuperado de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1489/Diagn%C3%B3stico%20Empresarial.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pozo Rodríguez, J. M., Martins Kidito Xavierda Gama, M., & Rodríguez Cotilla, Z. (2014). La lógica de la planificación empresarial y de la productividad del trabajo. Economía y Desarrollo, 152(2), 122-137. Recuperado <https://www.redalyc.org/pdf/4255/425541210007.pdf>

Procolombia (2020). Herramientas y servicios para el exportador Incoterms® 2020. Recuperado el 22 de septiembre de 2020 en <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/logistica/incoterms-2020>.

Procolombia (2020). Perfil logístico de exportación a Alemania. Recuperado el 22 de septiembre de 2020 en <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-alemania>

Procolombia (2020). Perfil logístico de exportación a China. Recuperado el 22 de septiembre de 2020 en <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-republica-popular-de-china>

Procolombia (2020). Rutas marítimas. Recuperado el 22 de septiembre de <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/logistica/rutas-y-tarifas-de-transporte/rutas-maritimas>

Rincón, F. A. (2012). El diagnóstico empresarial como herramienta de gestión gerencial. *Aglala*, 3(1), 103-120. Recuperado de <http://revistas.curnvirtual.edu.co/index.php/aglala/article/view/887>

Rivera-Godoy, J., & Padilla-Ospina, A. (2016). Sector autopartes en Colombia: comportamiento financiero durante el período 2010-2014. *Entramado*, 12 (1), 12-29. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/313254866_Sector_autopartes_en_Colombia_comportamiento_financiero_durante_el_periodo_2008-2014

Rodríguez, D. (2015). Diagnóstico organizacional: Octava edición. Ediciones UC. Recuperado el 30 de octubre de 2020 en https://books.google.com.co/books?id=YtJTDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=diagn%C3%B3stico+empresarial+pdf&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjR6dCAoN_sAhUrwlkKHa-iCSsQ6AEwAXoECAkQAg#v=onepage&q&f=false

Rodríguez, E (2020). Colombia impacto económico, social y político de la covid-19. Consultado en mayo 23 de 2020 en <https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2020/04/AC-24.-2020.pdf>

Romagnoli S, 2012 Columna económica. Herramientas de Gestión: Diagnóstico Empresarial. Recuperado <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/PlanificacionEducativa/187240.html> Consultado el 22 de septiembre del 2015.

Santandertrade (2020). Alemania: Política y economía. Recuperado el 10 de junio de 2020 en <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/alemania/politica-y-economia>

Santandertrade (2020). China presentación general. Recuperado el 10 de junio de 2020 en <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/china/presentacion-general>

Santandertrade (2020). Japón: Política y economía. Recuperado el 10 de junio ed 2020 en <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/japon/politica-y-economia>

Silva Murillo, R. (2011). La intracomunicación. *Revista Perspectivas*, (28), 91-111. Recuperado el 15 de marzo de 2020 en <http://www.scielo.org.bo/pdf/rp/n28/n28a05.pdf>

Thompson, A & Strickland, A. (2004). Dirección y Administración estratégica: conceptos casos y lecturas. Recuperado el 26 de Octubre de 2020 en https://www.academia.edu/30311254/Administracion_Estrategica_Arthur_A_Thompson_and_Gamble

Valenzuela, C. M., Ramírez, R. G., Navarro, M. N. G., & Figueroa, R. C. (2010). Diagnóstico organizacional: una mirada hacia el futuro Company diagnosis: a look ahead. Obtenido de

https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no70/43b-diagnostico_organizacional_una_mirada_hacia_el_futuro_noviembre_2010_corregido.pdf

Vera, Tam., Oliveros, Ricardo & Vera, Giovanna (2008). Tipos métodos y estrategias de investigación científica. *Pensamiento y acción*. 5:145-154. Recuperado de http://www.imarpe.pe/imarpe/archivos/articulos/imarpe/oceanografia/adj_modela_pa-5-145-tam-2008-investig.pdf

Wikipedia (2020). Alemania. Recuperado el 12 de agosto de 2020 en <https://es.wikipedia.org/wiki/Alemania>

Zapata, w (2019). Estudio de mercado: fabricación de partes, piezas (autopartes) y accesorios. Componente: estudios de mercado sectoriales, en línea con la política pública de desarrollo económico de Medellín. Recuperado el 10 de septiembre en https://empesarismo.medellindigital.gov.co/images/inteligencia_mercados/PDF/Documento-26_Fabricacin-de-autopartes.pdf

