

Plan de Aplicación para la Empresa Aluvidrios Hipercentro del Aluminio

Ivone Giselle Chaves Sarmiento

U00104153



Universidad Autónoma de Bucaramanga

Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Negocios Internacionales

Bucaramanga

2019

Plan de Aplicación para la Empresa Aluvidrios Hipercentro del Aluminio

Ivone Giselle Chaves Sarmiento, U00104153

Trabajo de grado presentado para optar el título de Profesional en Negocios

Internacionales

Tutor metodológico

Orlando Guzmán



Universidad Autónoma de Bucaramanga

Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Negocios Internacionales

Bucaramanga

2019

Contenido

Lista de Anexos.....	ix
Resumen.....	1
Abstract.....	2
Introducción.....	3
Descripción del problema.....	4
Justificación.....	5
Objetivos.....	6
Objetivo General:.....	6
Objetivos Específicos:.....	6
Perfil de Aluvidrios Hipercentro del Aluminio.....	7
Misión.....	9
Visión.....	10
Actividad Económica.....	10
Portafolio de producto Aluvidrios.....	10
Aspectos del Mercado de Carpintería de Vidrio y Aluminio.....	11
Marco Referencial.....	12
Marco Teórico.....	12
Teorías sobre Internacionalización de las Empresas.....	12
Enfoque de Proceso.....	12

El Modelo de Innovación.....	13
Modelo de Planeación Sistemática.	14
Marco Legal.....	14
Normatividad del Sector	15
Marco Conceptual	16
Mercado Potencial.	16
Mercado Objetivo.	17
Internacionalización.....	17
Oferta Exportable.....	17
Tratado de libre comercio.	18
Alianza Estratégica.	19
Metodología de la Investigación.....	19
1. Determinar Oferta Exportable para los Productos de la Empresa Aluvidrios	
Hipercentro del Aluminio	21
1.1 Oferta de Productos de Aluvidrios	21
1.2 Análisis de Aluvidrios Hipercentro del Aluminio.....	26
1.2.1 Ventas Nacionales Anuales de Aluvidrios.....	26
1.2.2 Ventas Nacionales Mensuales con respecto al Año 2018.....	27
1.2.3 Indicadores Financieros	27
1.3 Oferta Exportable Aluvidrios	28

1.4 Partida arancelaria	29
1.4.1 Descripciones Mínimas de la Partida Arancelaria	29
1.5 Ficha Técnica.....	30
1.5.1 Capacidad de Producción.....	31
1.5.2 Costos de Fabricación.....	32
2. Inteligencia de Mercados para Acceso de los Productos de la empresa Aluvidrios Hipercentro al Mercado Internacional	33
2.1 Países exportadores de la partida arancelaria 7610	33
2.2 Exportaciones en Colombia.....	33
2.2.1 Exportaciones de Colombia de la Sub Partida Arancelaria 7610.10.	34
2.3 Sector de manufactura metalmecánico en Colombia.	35
2.4 Análisis de las exportaciones de puertas, ventanas y sus marcos (7610.10).....	36
2.5 Demanda Internacional.....	37
2.5.1 Identificar la demanda internacional	38
2.6 Competencia Directa	39
2.7 Matriz de Pre-Selección , Selección y Mercado Objetivo.....	40
2.7.1 Países Pre-Selección.	40
2.7.2 Selección.....	40
2.7.3 Mercado Objetivo.	41
2.8 Identificar importaciones de 761010	41

3.	Requerimientos de Acceso al Mercado Peruano.....	42
3.1	Barreras.....	42
3.1.1	Barreras Arancelarias.....	42
3.1.2	Barreras no Arancelarias.....	42
3.3	Identificar Norma Técnica.....	43
3.4	Identificar Otras Tasas.....	43
3.4.1	Impuesto General a las Ventas.....	43
3.4.2	Impuesto de Promoción Municipal.....	44
3.5	TLC Comunidad Andina de Naciones	44
3.5.1	Gravámenes Vigentes.	45
3.5.2	Restricciones y Prohibiciones para el Ingreso.	46
3.5.3	Descripciones Mínimas.....	46
3.6	Etiquetado.....	46
3.7	Sector de Construcción.....	47
	Conclusiones	50
	Recomendaciones.....	52
	Bibliografía	53
	Anexos.....	56

Lista de Tablas

Tabla 1	8
Tabla 2	21
Tabla 3	28
Tabla 4	30
Tabla 5	32
Tabla 6	38
Tabla 7	40
Tabla 8	41
Tabla 9	41
Tabla 10	45
Tabla 11	46
Tabla 12	47

Lista de Figuras

Figura 1 Fachada Aluvidrios	7
Figura 2 Estructura organizacional.	9
Figura 3 Ventas Nacionales Aluvidrios	26
Figura 4 Ventas Nacionales Mensuales 2018	27
Figura 5 Exportaciones de Colombia para el año 2018 de manufacturas de la partida arancelaria 761010.	34
Figura 6 Valor Agregado de las Industrias Manufactureras por Departamento	36
Figura 7 Exportaciones de Colombia de Puertas, Ventanas y Contramarcos (2016-2018).....	36
Figura 8 Demanda Internacional	37
Figura 9 Arancel según SUNAT	42
Figura 10 Gravámenes Vigentes partida 7610	45
Figura 11 Exoneración certificado inspección	46
Figura 12 Evolución mensual de la Actividad del sector construcción 2014-2019	47
Figura 13 Evolución Mensual de la Actividad del Sector Construcción 2015-2019 (Var%).....	48

Lista de Anexos

Anexo A Portafolio de productos.....	10
Anexo B Matriz de Mercados	41
Anexo C Lista de Importadores 7610	41
Anexo D Norma Técnica Peruana.....	43
Anexo E Guía de Etiquetado.....	47

Glosario

Demanda Internacional

La demanda puede ser definida como la cantidad de bienes y servicios que son adquiridos por consumidores a diferentes precios, a una unidad de tiempo específica (un día, un mes, un año, etc) ya que sin un parámetro temporal no podemos decir si una cantidad de demanda crece o decrece.

Cuando una persona elige comprar algún bien, para cumplir sus necesidades, lo hace conscientemente, con base en sus criterios tanto objetivos como subjetivos; estas condiciones se modifican acorde al nivel educativo y socioeconómico, sexo, edad, entre otros factores.

Exportación

Una exportación es básicamente todo bien y/o servicio legítimo que el país productor o emisor (el exportador) envíe como mercancía a un tercero (importador), para su compra o utilización.

El ente físico y órgano gubernamental principalmente encargado de este trámite es la aduana, por lo que una mercancía debe de salir de determinada aduana en determinada nación o bloque económico y debe de entrar a otro similar en el país receptor. Es importante mencionar, que estas transacciones entre varios estados suelen presentar un importante grado de dificultad a nivel legal y fiscal, ya que varían ostensiblemente de un país a otro. (Economipedia, s.f.)

Investigación de mercado con fuentes secundarias

Consiste en la recopilación de informes y datos estadísticos referidos al mercado de interés. Resulta menos costosa que el trabajo de campo, si bien tiene evidentes limitaciones, dado que la información disponible no siempre es fiable. (Solunion, s.f.)

Acceso de mercados

En la OMC se entiende por acceso de las mercancías a los mercados las condiciones y las medidas arancelarias y no arancelarias convenidas por los Miembros para la entrada de determinadas mercancías a sus mercados. (WTO, s.f.)

Resumen

Hoy en día Aluvidrios Hipercentro del Aluminio es una empresa dedicada a la carpintería de aluminio y vidrio posicionada durante 24 años en el mercado regional, cuenta con una planta de producción propia de 1000 m² a disposición para desarrollar sus operaciones.

La empresa brinda una amplia gama de soluciones personalizadas, desde el diseño hasta la instalación de sus productos, dirigidas a todo tipo de personas y organizaciones interesadas en proyectos de construcción y/o remodelación. Posee un personal comprometido y altamente calificado con un sistema de producción enfocado hacia la mejora continua donde garantiza un servicio de calidad a sus clientes.

En la actualidad, ALUVIDRIOS decide iniciar una etapa para diversificar mercados, siendo conscientes de la restringida capacidad de crecimiento que enfrentan al hacer parte de un solo mercado, buscan ampliar su participación en diferentes países mediante la generación de ventajas competitivas. Al presente, la planta de producción usa el 50% de su capacidad productiva, comercializando sus productos a nivel nacional.

Con esto Aluvidrios emprende a determinar su capacidad de oferta con una línea especial para exportación y estudia posibles mercados a incursionar. Identifica en mercados potenciales las características para el ingreso en cada uno de los países y otros aspectos como el tratamiento arancelario, restricciones, tratados, entre otros. De esta forma permite una toma de decisión certera al realizar una operación internacional.

Abstract

Today Aluvidrios Hipercentro del Aluminio is a company dedicated to aluminum and glass carpentry positioned for 24 years in the regional market, has its own production plant of 1000 m² available to develop its operations.

The company offers a wide range of customized solutions, from the design to the installation of its products, aimed at all types of people and organizations interested in construction and / or remodeling projects. It has a committed and highly qualified staff with a production system focused on continuous improvement where it guarantees a quality service to its customers.

Currently, ALUVIDRIOS decides to start a stage to diversify markets, being aware of the limited capacity for growth that they face when they are part of a single market, seeking to expand their participation in different countries through the generation of competitive advantages. At present, the production plant uses 50% of its productive capacity, marketing its products nationwide.

With this Aluvidrios undertakes to determine its supply capacity with a special line for export and studies possible markets to enter. Identify in potential markets the characteristics for income in each of the countries and other aspects such as tariff treatment, restrictions, treaties, among others. In this way it allows an accurate decision making when performing an international operation.

Introducción

Actualmente Santander es la cuarta economía en Colombia, según datos de la Cámara de Comercio en Bucaramanga, está conformado por 428 empresas exportadoras distribuidas en los siguientes sectores; Petróleo y derivados, agropecuario, manufacturas, alimentos y bebidas. Donde solo 130 de estas empresas son de consistencia exportadoras no minero energética, es decir que no conforman el gremio del petróleo y sus derivados. (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2019)

Asimismo, contar con la participación en programas enriquecedores diseñados para el desarrollo de mipymes como lo es GPS dirigido por la cámara de comercio Bucaramanga y otros entes de apoyo como Procolombia, con el objetivo de crear cultura exportadora en el departamento y transformar la mentalidad y cultura de los empresarios.

El sentido para realizar el presente estudio surge por la necesidad de identificar nuevos mercados para Aluvidrios, así suplir necesidad de clientes internacionales apuntando a la innovación y competitividad no solo de la empresa sino a la región.

Realmente, es una necesidad obtener un conocimiento previo de cada uno de los países que registran importaciones del producto desarrollado por la empresa Aluvidrios Hipercentro del Aluminio donde escoger sus mejores oportunidades de mercados entre sus aspectos donde perciba su valor agregado. Estos mercados deben contar con aspectos económicos altos, situación sociopolítica estable, que denote una oportunidad de ingreso para la oferta exportable determinada por la empresa.

Descripción del problema

Hoy en día depender de un mercado puede resumir en un riesgo mayor para la actividad económica de Aluvidrios. Por ello la necesidad de incursionar nuevos mercados es indispensable al ser partícipe de una economía competitiva.

Actualmente Aluvidrios no usa en su totalidad la capacidad de producción y al encontrarse en un entorno dinámico y fuerte competitividad se plantea exportar. Seguido de ello es consciente de mantener presente la innovación para obtener el éxito en esta decisión.

Justificación

Con lo anterior, decide determinar entre sus líneas de productos, una oferta exportable que se ajuste a las exigencias de mercados internacionales interesados en carpintería de vidrio, acero y aluminio. Asumiendo la garantía de estos productos como uno de los factores claves.

Además de propender a una región competitiva y globalizada, aportando un mayor número de ventas, mejora en los índices de empleabilidad, con ello apoyar el crecimiento del tejido empresarial y social de Colombia.

La complejidad de los mercados actuales hace necesaria una aproximación preparada y consciente a los mercados internacionales. Esto lleva Aluvidrios a preparar el ingreso aquellos mercados atractivos para incursionar sus productos, observando un escenario oportuno para aumentar la competitividad y rentabilidad. Pero, para ello es indispensable que la empresa tenga claridad del potencial de su producto en aquellos mercados, cumpliendo con su normatividad y condiciones de comercio exterior, que alcance una excelente gestión. De esta forma brindar herramientas necesarias para hacer de ese nuevo paso en el crecimiento institucional, algo positivo en el corto y largo plazo.

Objetivos

Objetivo General:

- Elaborar un estudio de acceso a mercados internacionales de los productos de la empresa Aluvidrios Hipercentro del Aluminio, localizada en Bucaramanga Santander.

Objetivos Específicos:

- Determinar oferta exportable para los productos de la empresa Aluvidrios Hipercentro del Aluminio.
- Realizar inteligencia de mercados para acceso de los productos de la empresa Aluvidrios Hipercentro del Aluminio al mercado internacional.
- Determinar los requerimientos de acceso a mercados para los países seleccionados en la inteligencia de mercados. (Barreras arancelarias y no arancelarias)

Perfil de Aluvidrios Hipercentro del Aluminio



Figura 1 Fachada Aluvidrios

Hace 24 años, Luis Carlos Dávila Rodríguez y su esposa, Ruth Rico Olave, con base en su experiencia como empleados en la industria del vidrio y el aluminio, crean Aluvidrios Hipercentro del Aluminio. Donde prima el cumplimiento a los clientes con materiales de excelente calidad y entregas oportunas.

Aluvidrios Hipercentro del Aluminio, cuenta con 24 trabajadores y una planta de 1000 m² ubicado en la Avenida La Rosita No. 18 - 38, de Bucaramanga. Hoy, es una comercializadora de productos relacionados con ferretería, maquinaria pesada para construcción, venta de perfiles, láminas acrílicas, herramientas eléctricas, y fábrica de puertas, ventanas, fachadas, domos, pasamanos en acero, cerramiento para piscina, entre otros materiales.

“Crear un negocio no es fácil, pero tampoco imposible. Nosotros empezamos en un pequeño local; ahora, estamos en busca de nuevos mercados a nivel internacional, para exportar ventanas, puertas, divisiones de baño y más, dirigidos a mercados internacionales.

Estamos atentos a mejorar los procesos e innovar. Esa, tal vez, ha sido la clave de nuestro éxito”, especificó su propietario.

Tabla 1

Generalidades de Aluvidrios

Razón social:	Aluvidrios Hipercentro del Aluminio
Sector	Metalmecánico
económico	
Nit:	91.273.866-3
Gerente:	Luis Carlos Dávila Rodríguez
PBX:	652 2929
Dirección:	Avenida La Rosita no. 18-38
E-mail:	gerencia@aluvidrios.com.co
Página web:	http://www.aluvidrios.com.co/
Ciudad:	Bucaramanga

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la anterior tabla se encuentra consignado algunas de las generalidades de la compañía.

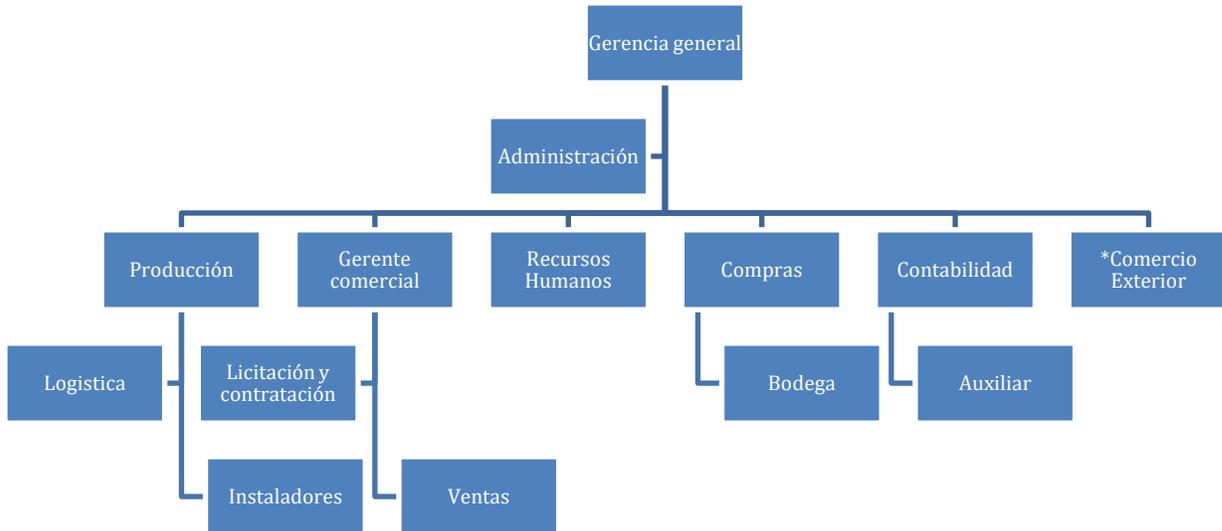


Figura 2 Estructura organizacional.

Fuente: Elaboración propia

En la actualidad Aluvidrios Hipercentro del Aluminio cuenta con 24 colaboradores en sus procesos de fabricación y suministro, organizados como se identifica en la anterior figura.

Misión

ALUVIDRIOS es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ventaneria en aluminio arquitectónico. Brindamos una amplia gama de soluciones personalizadas desde el diseño hasta la instalación de nuestros productos, dirigida a todo tipo de personas y organizaciones interesadas en proyectos de construcción y remodelación. Contamos con personal comprometido altamente calificado, precios competitivos y un sistema de producción enfocado hacia una mejora continua. Es así como ALUVIDRIOS

agrega valor a sus operaciones y garantiza un servicio de excelente calidad a sus clientes, posicionándose como una de las empresas líderes.

Visión

En el 2023 ALUVIDRIOS será la empresa líder de la industria en Santander y Norte de Santander, posicionándose como una organización comprometida en la entrega del mejor y mas completo servicio de acompañamiento a sus clientes, desde el diseño hasta la instalación de sus productos. Todo esto basado en el cumplimiento de las estrictas normas de calidad y un proceso de mejora continua en todas las áreas de la empresa.

Actividad Económica

- Comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados.
- Comercio al por mayor de materiales de construcción, artículos de ferretería, pinturas, productos de vidrio, equipo y materiales de fontanería y calefacción.
- Fabricación de muebles.
- Terminación y acabado de edificios y obras de ingeniería civil.

Portafolio de producto Aluvidrios

Anexo A Portafolio de productos

En Aluvidrios se fabrica y se instala carpintería de vidrio, aluminio y acero, tiene un personal entrenado para la instalación de sistemas de vidrios especiales, fachadas, puertas

automáticas y más líneas de productos. Contando con valor agregado en la asesoría a sus clientes para obras determinadas con el acompañamiento de personal idóneo en diseño.

Aspectos del Mercado de Carpintería de Vidrio y Aluminio

Actualmente Aluvidrios atiende a tres tipos de clientes distribuidores, obras y al detalle.

Además de contar con la planta de fabricación y suministro de carpintería de vidrio, acero y aluminio son distribuidores autorizados de perfilería de aluminio VITRAL, y demás insumos de ferretería. Para obras cuenta con asesores comerciales expertos en diseño que visitan las instalaciones e indagan las necesidades de sus clientes para ofrecer el producto que se adecue a la necesidad y gusto.

Marco Referencial

Marco Teórico

Teorías sobre Internacionalización de las Empresas.

La internacionalización es un proceso que se da en las empresas en la búsqueda por expandirse al otro lado de las fronteras nacionales, Root F. , (1994). Welch y Loustarinen (1988) y Rialp, (1999) explican que la internacionalización es “todo aquel conjunto de operaciones que facilitan el establecimiento de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales, a lo largo de un proceso de creciente implicación y proyección internacional; este proceso ha sido estudiado por diferentes autores, que elaboran varios enfoques explicativos para llegar a desarrollar operaciones internacionales”.

Existen principalmente dos enfoques teóricos que intentan explicar el proceso de internacionalización de las empresas: en *primer lugar*, el enfoque económico, que comprende la internacionalización desde una perspectiva de inversión directa, basada en los costos y beneficios económicos de la misma. Y en *segundo lugar*, el enfoque de proceso, que comprende una perspectiva que muestra la internacionalización como un proceso que se da de forma gradual a través del aprendizaje a partir de la acumulación de conocimientos. Esta investigación se desarrolla desde el **enfoque de proceso**.

Enfoque de Proceso.

En toda empresa existen ventajas propias que permiten ser explotadas internacionalmente, esas ventajas se adquieren a lo largo del tiempo y conlleva a un conjunto de conocimientos que garantiza la permanencia en los mercados. Como sostenía Reich (1990), “mantener este conocimiento adquirido es la piedra angular de los procesos

de internacionalización”. Dentro de este enfoque se presentan las teorías que sostienen la internacionalización como proceso.

El Modelo de Innovación.

Uno de los autores de este modelo (Czinkota, 1982) expone que la internacionalización es un proceso de innovación empresarial, básica para la internacionalización de pequeñas y medianas empresas. Este modelo muestra la correlación entre internacionalización e innovación, siendo la innovación el motor de la primera y al mismo tiempo el resultado. La incertidumbre en este modelo es el precio que paga aquella empresa que esté dispuesta a romper los límites del mercado y de su propia operación.

El modelo en general propone las siguientes etapas de desarrollo de la actividad internacional de una empresa:

1. Mercado doméstico
2. Pre Exportadora
3. Exportadora experimental
4. Exportadora activa
5. Exportadora comprometida

En este modelo se destaca el carácter acumulativo de las decisiones tomadas tanto en el proceso de internacionalización como en el de innovación, siempre que éstas se encuentran condicionadas por las decisiones que se han tomado en el pasado y, a su vez, condicionarán a las que se tengan que tomar en el futuro.

Modelo de Planeación Sistemática.

En este modelo, tal y como lo indica su nombre, la planeación es el eje principal para el éxito del proceso de internacionalización. Root F. , (1994) citados por Li, Li y Dalgic (2004) ve el proceso como una secuencia de cinco sencillos pasos para la empresa:

1. Medición de oportunidades de mercado
2. Planteamiento de objetivos
3. Selección del modo de entrada
4. Formulación del plan de mercadeo
5. Ejecución

Marco Legal

Decreto Único Aduanero 1165 del 2019. Armoniza las diferentes disposiciones aduaneras vigentes en una sola normatividad, simplificando aspectos que contribuyen a mejorar la logística o a disminuir los trámites exigidos para las operaciones de comercio exterior. (ANALDEX, 2019)

Ley 07 de 1991. Normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular el comercio exterior del país, se crea el Ministerio de Comercio Exterior, se determina la composición y funciones del Consejo Superior del mismo, nacen del Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica, se confieren unas autorizaciones y se dictan otras disposición 1 . Las disposiciones aplicables al comercio exterior se dictarán por el Gobierno Nacional conforme a las previsiones del numeral 22 del artículo 120 de la Constitución Nacional en armonía con lo dispuesto en el numeral 22 de su artículo 76 y con sujeción a las normas generales de la presente Ley. Otorgan al

comercio exterior colombiano la mayor libertad posible en condiciones de la economía (Ministerio Comercio, Industria y Turismo, 1991)

Normatividad del Sector

NSR 10 Según, (Asociación Colombiana de Ingeniería Sísmica, 2010) Reglamento Colombiano de Construcción Sismo Resistente. Título K-4. Determina los requisitos generales de diseño, de seguridad y constructivos, que den aplicarse a:

- a. Vidrios, vidrieras, ventanales y productos de vidrios para uso en edificaciones.
- b. Láminas de vidrio verticales e inclinadas para uso en sistemas vidriados en fachadas.
- c. Láminas de vidrios para pisos y elementos estructurales de vidrio.
- d. Elementos complementarios en sistemas de vidriado.
- e. Uso del vidrio de seguridad.

K.4.3.9. Se exige el uso exclusivo de vidrios de seguridad laminados, templados o recubiertos, en los espacios señalados en el numeral.

K.4.3.9.1.9 & K.4.3.9.1.10. En lugares con alto flujo de personas y en donde por su uso exista un elevado riesgo para las personas (Escuelas, gimnasios, piscinas, vestíbulos, balcones.

K.4.2.2.-K.4.2.3. -K.4.2.4.- K.4.2.5. En todos los casos se debe consultar tablas de presión de viento.

K.4.2-6 y las tablas K.4.2-2 a K.4-2.5, han sido elaboradas a partir de la norma ASTM E13000-09^a, se presenta el área máxima permitida para una lámina de vidrio recocido,

termo endurecido, templado o laminado (recocido), con relación largo/ancho menor o igual a 2 y soportada en los cuatro lados.

ASTME 1300 / NSR 10 K.4.3, Para el dimensionamiento de espesores de láminas y selección de tipos de vidrios, se deben considerar otros parámetros como esfuerzos térmicos, rotura espontánea de vidrios templados, efectos de escombros llevados por el viento, efectos sísmicos, flujos de calor, marcas en el borde, atenuación de ruido, consecuencias potenciales después de la rotura, comportamiento de fragmentos de vidrio después de la rotura, resistencia al impacto humano accidental y otros.

Debe contemplar el uso de los vidrios de seguridad en:

K.4.3.9.2 Puertas (ítem 1). Vidrios fijos que acompañan la puerta (ítem 2).	K.4.3.9.9 Barandas y pasamanos (ítem 5)
K.4.3.9.6 Divisiones de baño, spa o jacuzzi (ítem 3)	K.4.3.1 Vanos de escaleras y terrazas.
K.4.3.9.7 Vidrios que protegen un desnivel de piso (ítem 4)	K.4.3.9.13 Vidrieras con vidrios a tope (ítem 6)
	K.4.2.5.6 Vidrios para piso (ítem 7)

Marco Conceptual

Mercado Potencial.

Se define como mercado potencial a aquel número de individuos u organizaciones que en un futuro podrán demandar el producto o simplemente consumirá el de la competencia.

Mercado Objetivo.

Denominado también mercado meta, es el mercado al cual se dirigen la totalidad de nuestros esfuerzos y acciones de marketing, con la finalidad de que todos ellos se conviertan en clientes reales del producto.

Internacionalización.

La internacionalización es un proceso que implica la participación directa de una empresa en otros países y a través de esta se fortalece la integración de las economías en un mercado global que ayuda al mejoramiento de la productividad de las empresas.

Bajo el enfoque estratégico, la internacionalización de empresas es el resultado de la adopción de una serie de estrategias en las que se consideran tanto los recursos y capacidades de la empresa como las oportunidades y amenazas del entorno. La internacionalización de empresas consiste en el proceso por el cual una empresa participa de la realidad de la globalización, es decir, la forma en que la empresa proyecta sus actividades, total o parcialmente, a un entorno internacional y genera flujos de diversos tipos (comerciales, financieros y de conocimiento) entre distintos países. (El proceso de internacionalización de Empresas, 2009)

Oferta Exportable.

La oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes requeridos por un determinado mercado o contar con los productos que satisfacen los requisitos de la demanda de destino. (Ministerio de Agricultura, 2017). La oferta exportable también involucra la capacidad económica, financiera, y de gestión de la empresa, esto quiere decir:

- ✓ **Disponibilidad del producto:** En cuanto al producto que desea exportar, la empresa debe precisar el volumen que tiene disponible para el mercado

exterior. Es así, que el volumen debe ser aquel que pueda ofrecer de manera estable o constante. De igual modo, el producto debe cumplir con las exigencias y requerimientos del mercado objetivo.

- ✓ **Capacidad económica y financiera:** Para lograr mantener una oferta exportable constante, como se mencionó anteriormente, es necesario que la empresa cuente con los recursos necesarios para solventar una exportación, y de igual forma estar en condiciones para ofrecer un precio competitivo.
- ✓ **Capacidad de gestión:** Por último, debe desarrollar una cultura exportadora en todas sus áreas funcionales, con objetivos claros y conocimiento de sus fortalezas y debilidades.

Tratado de libre comercio.

Un tratado de libre comercio (TLC) es un acuerdo comercial vinculante que suscriben dos o más países para acordar la concesión de preferencias arancelarias mutuas y la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios. A fin de profundizar la integración económica de los países firmantes, un TLC incorpora además de los temas de acceso a nuevos mercados, otros aspectos normativos relacionados al comercio, tales como propiedad intelectual, inversiones, políticas de competencia, servicios financieros, telecomunicaciones, comercio electrónico, asuntos laborales, disposiciones medioambientales y mecanismos de defensa comercial y de solución de controversias. Los TLC tienen un plazo indefinido, es decir, permanecen vigentes a lo largo del tiempo por lo que tienen carácter de perpetuidad. (MEF, s.f.)

Alianza Estratégica.

Una alianza estratégica es un acuerdo entre dos empresas independientes que comparten recursos con el fin de lograr un objetivo común. Las alianzas estratégicas, las empresas participantes permanecen separadas y no forman una nueva empresa, cada empresa conserva su autonomía y, por lo general, los proyectos que comparten tienen una duración determinada. (Global Negotiator, s.f.). Algunos de los objetivos de una alianza estratégica son:

Explotar sinergias que se pueden obtener mediante el trabajo conjunto, en particular en un determinado campo.

- ✓ Llevar a cabo proyectos conjuntos de investigación que interesen a ambas partes y cuyos resultados exploten comercialmente de forma conjunta a través de nuevas tecnologías o productos que se lancen al mercado.
- ✓ Realizar acuerdos comerciales de intercambios de clientes o redes de distribución para el beneficio mutuo de las partes.

Metodología de la Investigación.

Se elabora una investigación de tipo exploratoria, para la recolección de datos que sustentan el estudio de acceso a mercados internacionales. Asimismo, opera la investigación descriptiva para conocer aspectos de aquellos posibles mercados atractivos. Considerando datos específicos como el top de países que importan esta clase de productos, indicadores políticos, económicos y culturales, según nación. Lo anterior, tiene el fin de obtener un estudio cualitativo-descriptivo, para explorar y comprender los diferentes factores que presente el ingreso a mercados internacionales.

Por tanto, permite identificar la oferta exportable de Aluvidrios, para aquellos que presentan mayor oportunidad del ingreso de su oferta exportable. Con el fin de presentar un estudio de condiciones de acceso para el ingreso de los productos, de manera que da la posibilidad a la empresa de conocer las oportunidades que están presentes en los mercados extranjeros y apruebe la toma de decisiones para aperturas de mercados en países atractivos.

Dentro de este material de apoyo están los documentos publicados por entes gubernamentales como la DIAN, CCB, el DANE, y demás como Procolombia, portal trade, syscomer, como soporte de información en pro de la investigación de tipo exploratoria.

1. Determinar Oferta Exportable para los Productos de la Empresa Aluvidrios

Hipercentro del Aluminio

1.1 Oferta de Productos de Aluvidrios

Aluvidrios cuenta con un amplio portafolio de productos de carpintería de vidrio, aluminio y acero. Cada una se adapta a la necesidad de sus clientes que por sus particularidades sean elegidos o acopladas a su deseo.

Tabla 2

Línea de productos Aluvidrios.

<p style="text-align: center;">Ventanas</p> 	<p>Amplios diseños en ventanería que componen sistemas especiales acústicos, térmicos, proyectante, oscilobatiente, batiente, deslizante, fijas con perfilería de aluminio arquitectónico y vidrios de diferente gama de acuerdo con la necesidad.</p>
<p style="text-align: center;">Puertas/Ventanas</p> 	<p>Diseños robustos de este producto con medidas extra dimensionadas ideales para ampliar espacios cuando lo requieran.</p>
<p style="text-align: center;">Puertas</p>	<p>Las puertas de aluminio son requeridas para ser instaladas en situaciones de exterior porque soportan la climatología. Adicional, permiten la</p>

	<p>visión del exterior por medio del vidrio que brinda luz a sus espacios.</p>
<p style="text-align: center;">Puertas automáticas</p> 	<p>Compuesta con perfiles de aluminio en diferentes colores, vidrios que se adapten a la necesidad del cliente y con sistemas varios: automáticos, batientes, deslizantes, entre otros.</p>
<p style="text-align: center;">Fachadas de Vidrio</p> 	<p>Compuesta por vidrios especiales según requieran, gamas de control solar con protección de rayos UV y/o que brinden insonorización al cliente.</p>
<p style="text-align: center;">Fachadas de Alucobond</p> 	<p>Compuesta por paneles de alucobond que brinda resistencia, calidad y con amplia gama de colores que se ajusten a su diseño.</p>
<p style="text-align: center;">Fachadas Uglass</p> 	<p>Compuesto por vidrios en forma de u que se fabrican por medio de laminación.</p> <p>Actualmente, hay tres tipos de cerramientos: peine, greca, cámara.</p>

<p>Pasamanos en Acero</p> 	<p>Pasamanos y barandillas en acero inoxidable con calidad de por vida. Las barandillas de acero están básicamente construidas con tubos y perfiles de acero y revestidas con pintura electrostática. La barandilla es un sistema de contención para peatones que garantiza la seguridad de estos en puentes, viaductos o lugares de paso.</p>
<p>Pasamano en Vidrio y Acero</p> 	<p>Adicional al anterior, este posee un vidrio templado para dar un acabado sofisticado a sus espacios. También son usados para cerramientos de piscinas.</p>
<p>División de Baño en Acrílico</p> 	<p>Divisorios parciales donde su función es mantener seco el cuarto de baño, separando el duchero del resto de la habitación mediante una estructura de perfiles y placas traslúcidas de acrílico.</p>

<p>División de Baño en Vidrio y Aluminio</p> 	<p>Cerramiento con función de separar la ducha y no permitir el ingreso del agua a la habitación compuesta por una estructura de perfiles y vidrio templado.</p>
<p>División de Baño en Vidrio y Acero</p> 	<p>La división para baño Glassvit está compuesta por un vidrio de seguridad Templado y consta de un sistema tipo Corredera consta de dos hojas de vidrio cristal templado y un kit de instalación con accesorios en acero inoxidable.</p>
<p>Domos</p> 	<p>Los domos y cubiertas mantienen las mismas propiedades ópticas, mecánicas y físicas de las láminas, siendo la mejor alternativa para el cubrimiento de espacios abiertos, en diferentes formas, alturas y áreas. Actualmente, trabajan con diferentes tipos de domos, en forma de burbuja, piramidal, bóveda, pérgola, cúpulas y curado en frío.</p>
<p>Portones Eléctricos</p>	<p>El portón eléctrico surge con la finalidad de brindar o mejorar la vida cotidiana de las</p>

	<p>personas pudiendo manipular la entrada o salida de su garaje desde un lugar en específico sin tener que bajarse de su automóvil.</p>
<p style="text-align: center;">Espejos</p> 	<p>Amplios diseños de espejos normales, cóncavos y curvos. Aplicados en cuadros, mesas, closets para dar un mejor acabado decorativo.</p>
<p style="text-align: center;">Vidrios Especiales</p> 	<p>Actualmente existe una gran variedad de tipos de vidrio disponibles para usos en casa u oficinas como el templado, laminado, curvo, decorativo con diferentes espesores. Entre todas sus características debemos destacar su durabilidad, fácil mantenimiento, el estilo y la delicadeza que proporciona a cualquier rincón.</p>
<p style="text-align: center;">Mobiliario de Oficina</p> 	<p>Mobiliario de oficina en vidrio, acero y aluminio que permiten espacios con mayor iluminación natural y excelentes acabados.</p>

1.2 Análisis de Aluvidrios Hipercentro del Aluminio

1.2.1 Ventas Nacionales Anuales de Aluvidrios.



Figura 3 Ventas Nacionales Aluvidrios

Fuente: Contabilidad Aluvidrios.

Las ventas nacionales de Aluvidrios tuvieron un crecimiento considerable, evaluando los últimos tres años. Para el año 2016 tuvo participación de un 19%, para el siguiente año aumentó un 11% con respecto al anterior y para el año 2018 obtuvo un 51% de participación. Esto se debe a que la empresa participo en licitaciones con constructoras y consorcios.

1.2.2 Ventas Nacionales Mensuales con respecto al Año 2018.

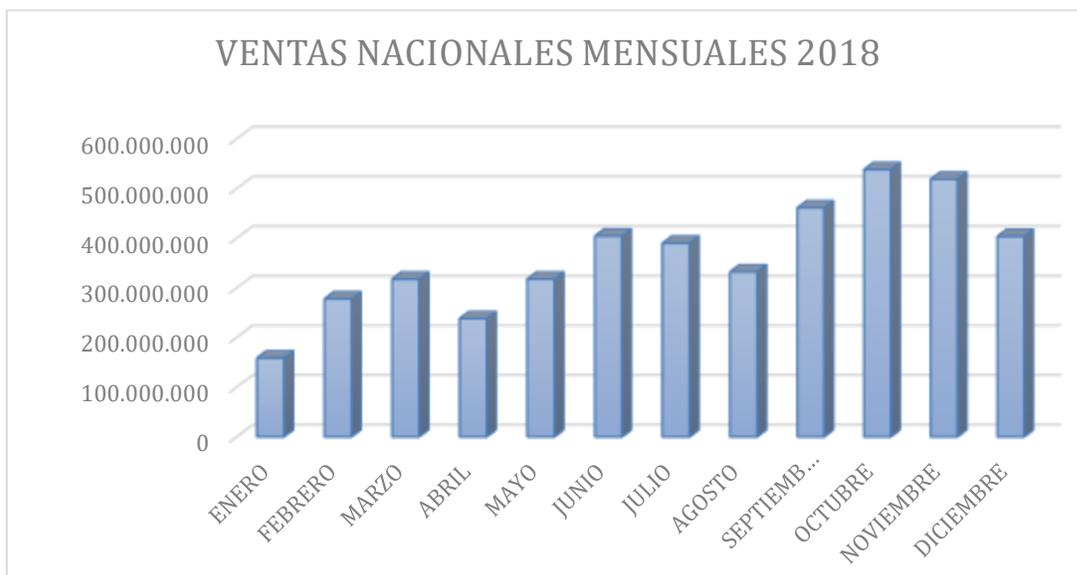


Figura 4 Ventas Nacionales Mensuales 2018

Fuente: Contabilidad Aluvidrios.

*Valores en COP

En la gráfica anterior se determina que en el último cuatrimestre del año 2018 se representa un aumento en las ventas, por lo consecuente se infiere que el sector de la construcción aumento sus obras, adicional se presentan remodelaciones para el cierre del año.

1.2.3 Indicadores Financieros

Actualmente, el capital de trabajo de Aluvidrios es bajo porque en su mayoría se encuentra en la cartera con clientes antiguos que no se ha recaudado en su totalidad. Hoy en día, se incentiva a los vendedores para que la recuperen.

Tabla 3

Indicadores Financieros

Indicadores Financieros.		
	2017	2018
Capital de trabajo	614.589	545.443
Nivel de endeudamiento	2,59%	3,01%
Rotación de capital de trabajo	242,46%	3,51%
Margen operacional de utilidad	0,01%	0,05%

1.3 Oferta Exportable Aluvidrios

Aluvidrios evalúa las diferentes necesidades en el sector de acabados de construcción en los mercados que ofrecen mayor oportunidad y define su oferta exportable. Sumado a esto, las experiencias adquiridas con su presencia en eventos como show case Ace Hardware International, donde tuvo contacto con empresarios de los siguientes países, Nicaragua, Guatemala, Puerto Rico, Panamá, Haití, Polinesia Francesa y en la macro rueda multisectorial EXPOALADI 2019 donde se reunió con empresarios de Cuba, México, Perú, Costa Rica, donde permitió intercambiar información de sus necesidades y brindar

soluciones específicas a estos mercados. De esta forma, establecen aspectos como la capacidad de producción y medidas para incursionar en estos mercados.

1.4 Partida arancelaria

1.4.1 Descripciones Mínimas de la Partida Arancelaria.

1.4.1.1 Código de nomenclatura

7610.10.0000

1.4.1.2 Descripción

Metales comunes y manufacturas de estos metales

Aluminio y sus manufacturas

Construcciones y sus partes (por ejemplo: puentes y sus partes, torres, castilletes, pilares, columnas, armazones para techumbre, techados, puertas y ventanas, y sus marcos, contramarcos y umbrales, barandillas), de aluminio, excepto las construcciones prefabricadas de la partida 94.06; chapas, barras, perfiles, tubos y similares, de aluminio, preparados para la construcción.

- Puertas y ventanas, y sus marcos, contramarcos y umbrales.

1.5 Ficha Técnica

Tabla 4

Ficha técnica División de Baño



Nombre	División de Baño en Aluminio y vidrio
---------------	---------------------------------------

Descripción	División de baño con marcos de aluminio de 4,3 cms de ancho. Vidrio templado incoloro de 5 mm de espesor. Perfiles de color natural y botón haladera que permite el desplazamiento de la hoja corrediza.
--------------------	--

Medidas	1,35 ancho x 1,85 (alto mts)
----------------	------------------------------

Peso	35,2 Kg
-------------	---------

Condiciones	Producto frágil
Fabricado por	Aluvidrios Hipercentro del Aluminio. Avenida La Rosita No. 18-38. Bucaramanga, Santander. Col.
Maquinaria	<ul style="list-style-type: none"> • Tronzadoras • Retestadoras • Copiadora Fresadora • Prensas y Punzones

Fuente: Creación propia según información suministrada por instaladores.

1.5.1 Capacidad de Producción.

Hoy en día la fabricación de Divisiones de Baño con marcos de Aluminio y Vidrio se estiman alrededor de 200 unidades mensuales, ya que estas dependen de la demanda nacional. Con lo anterior, se proyecta una capacidad máxima aproximada de 1.100 unidades, para cubrir la apertura de demanda en mercados extranjeros.

1.5.2 Costos de Fabricación.

1.5.2.1 División de Baño Aluminio y Vidrio.

Tabla 5

Costos de Fabricación División de Baño

Medidas	CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO
m	1,5	Cabezal	15.000
m	1,5	Carrilera	7.500
m	4	Jamba	16.000
und	1	Bisagras	1.500
unidades	1	Botón	9.000
unidades	2	Rodachina	4.000
und	1	perfil burbuja	6.000
m2	2,025	Vidrio templado 5 mm	101.250
		Total	160.250
		Fabricación	50.000
		Costo del producto fábrica	210.250
	35%	Utilidad	73.588
		Total	283.838

Fuente: Elaboración propia, según datos suministrados por administración.

2. Inteligencia de Mercados para Acceso de los Productos de la empresa

Aluvidrios Hipercentro al Mercado Internacional

Para investigar de manera detallada los países que Aluvidrios desea incursionar se estudiaron los aspectos que reflejan a continuación.

2.1 Países exportadores de la partida arancelaria 7610

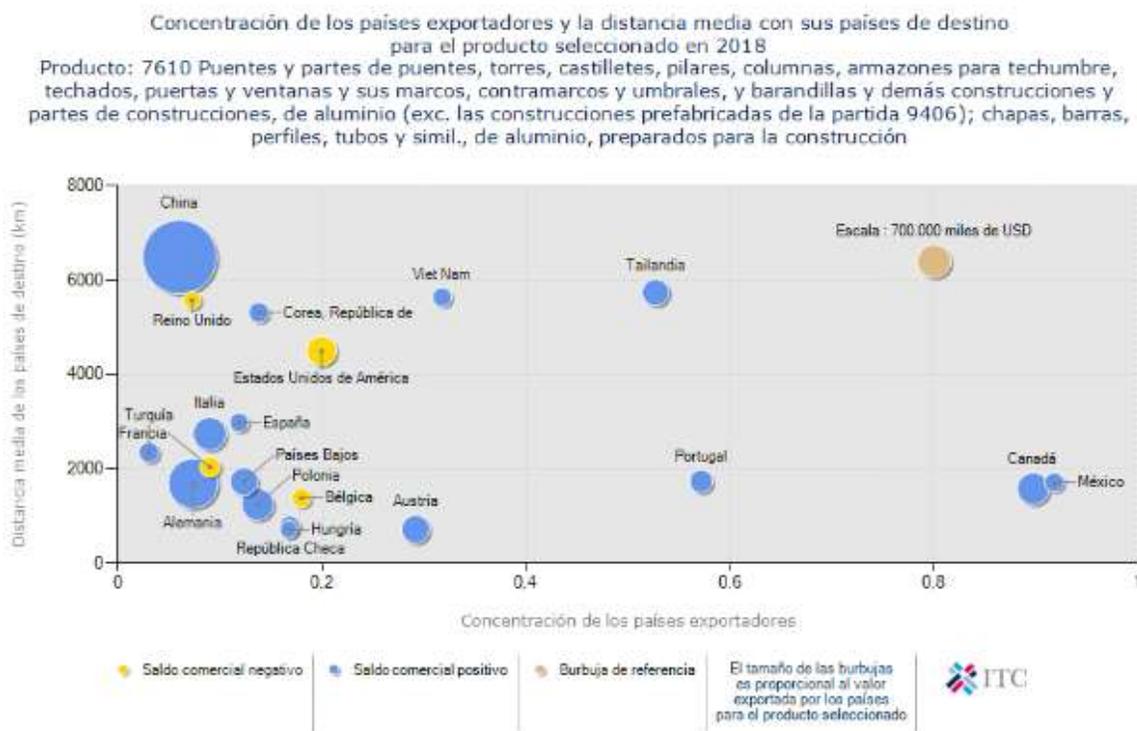


Figura 5 Países exportadores partida 7610

2.2 Exportaciones en Colombia

El desarrollo y crecimiento de las regiones es un objetivo clave para el comercio internacional del país. Actualmente, los TLC en vigor entre Colombia y 60 países alrededor del mundo representan el 85% de las exportaciones totales, es fundamental realizar un análisis de los resultados de 2018 con el objetivo de entender mejor las

necesidades de los más de 1.500 millones de consumidores a los que el país tiene acceso a través de los acuerdos comerciales, y de esta manera poder crear productos innovadores que faciliten la internacionalización de las empresas colombianas.

(PROCOLOMBIA, 2019)

2.2.1 Exportaciones de Colombia de la Sub Partida Arancelaria 7610.10.



Figura 6 Exportaciones de Colombia para el año 2018 de manufacturas de la subpartida arancelaria 761010

Fuente: Trade Map

En la anterior imagen se observa que los principales países importadores de la subpartida arancelaria 7610.10 Puertas, ventanas, marcos, umbrales, contramarcos y demás considerado como la unidad de medida para la operación, tonelada. Encabezan para el año 2018 Estados Unidos con un valor importado de 147.839 miles de USD, contando con una participación del 94,2% sobre las exportaciones que realiza Colombia de marcos y demás. Seguido por Panamá que importa 3.102 miles de USD, contando con una participación del

2% sobre exportaciones de Colombia con respecto al 2018. Finalmente, Perú con un valor importado de 1.370 miles de USD, teniendo una participación del 0,9%. Concluyendo para las exportaciones de Colombia realizadas bajo el código arancelario mencionado se concentran en su mayoría en el mercado americano.

2.3 Sector de manufactura metalmecánico en Colombia.

La industria en Santander es fundamental porque se consolida como el segundo con mayor aporte al PIB del departamento. Según la última encuesta anual manufacturera (DANE, 2018), la cadena metalmecánica tiene el 2,1% de participación en la industria en Santander. El sector se caracteriza por su presencia en diversas actividades económicas claves de la región, como la agroindustria, transporte, energía, minería, hidrocarburos, salud y construcción, entre otros. Según (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2018).

En temas de internacionalización, Santander cuenta con 56 empresas constantes en exportaciones, 165 intermitentes y 53 de ellas son nuevas empresas exportadoras. Según la Cámara de Comercio de Bucaramanga afirma que en su mayoría las empresas que han presentado un comportamiento estable en exportaciones han sido las pymes (CCB, 2019).

Cabe resaltar que la cadena metalmecánica en Santander ha tenido una participación mayor en el mercado internacional. Como prueba de ello, las 380 empresas exportadoras en el departamento, donde aproximadamente el 17,9% descienden de esta acción. Las actividades económicas que impulsan el crecimiento de Santander son industrias manufactureras, comercio al por mayor y al por menor, transporte, alojamiento. (DANE, 2018)

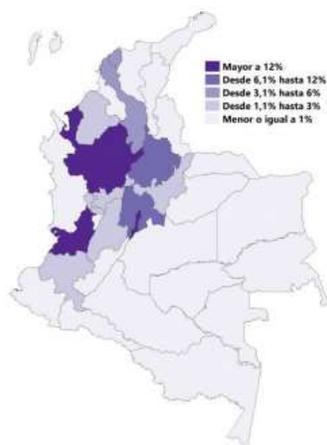


Figura 7 Valor Agregado de las Industrias Manufactureras por Departamento

Fuente: DANE, Cuentas Nacionales.

En la anterior imagen aprecian que Santander brinda entre un 6,1% hasta 12% del valor agregado con respecto a las industrias manufactureras en el país.

2.4 Análisis de las exportaciones de puertas, ventanas y sus marcos (7610.10)

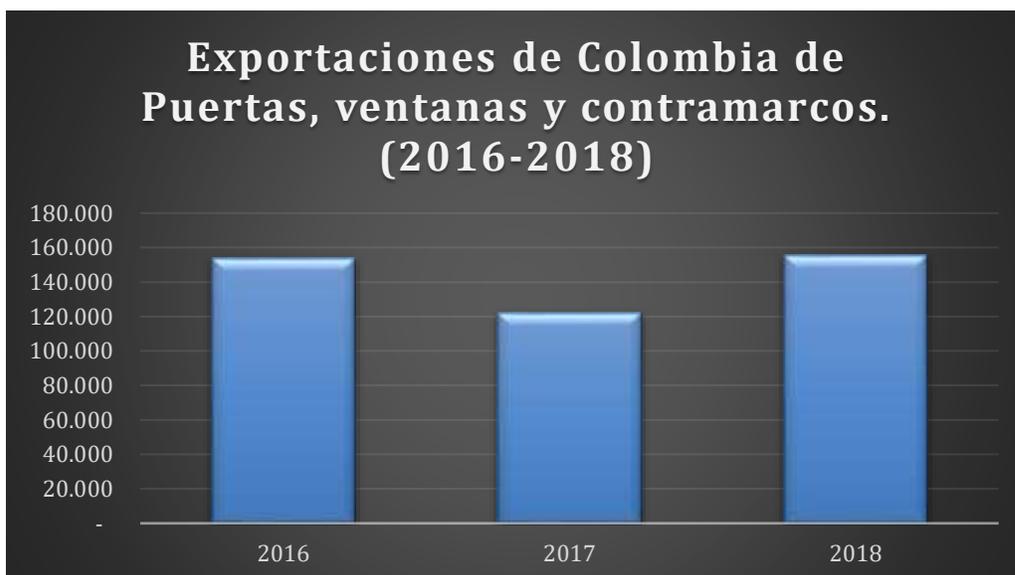


Figura 8 Exportaciones de Colombia de Puertas, Ventanas y Contramarcos (2016-2018)

Fuente: Trade Map

*Valor exportaciones en USD

Las exportaciones de puertas, ventanas, marcos, contramarcos y umbrales de los últimos tres años están en auge. Los principales compradores del producto en el mundo fueron en su orden: Estados Unidos de América, Panamá, Perú, Islas caimanes, Islas Turcas y Caicos.

(Trade Map, 2018)

2.5 Demanda Internacional



Figura 9 Demanda Internacional

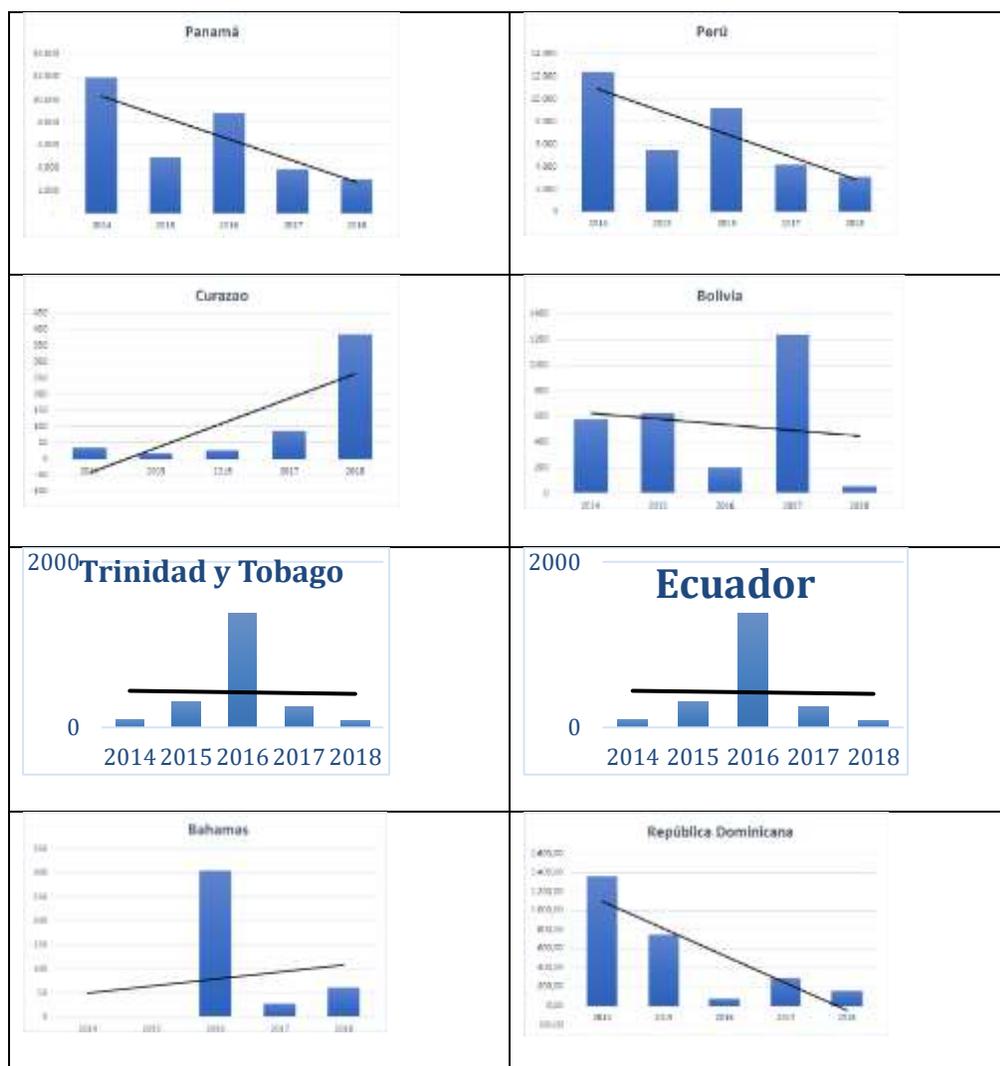
Fuente: Trade Map

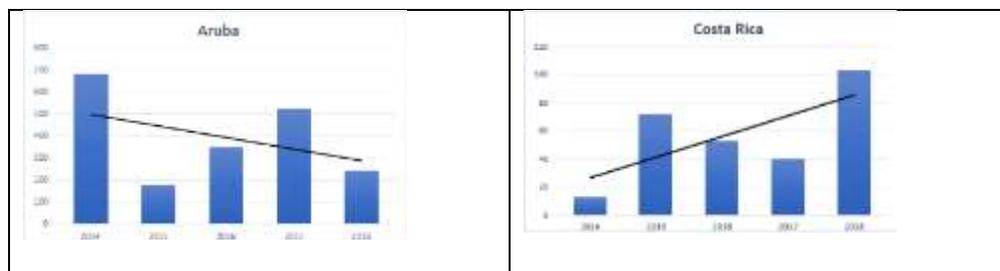
2.5.1 Identificar la demanda internacional

Se puede deducir que a pesar de que Panamá es el segundo importador de puertas, ventanas y contramarcos, en el último año su consumo disminuyó.

Tabla 6

Demanda Internacional 2014-2018





Fuente: Trade Map

2.6 Competencia Directa

La empresa que domina las exportaciones de puertas, ventanas, marcos, contramarcos y umbrales en Colombia es C I ENERGIA SOLAR S A E S WINDOWS, Barranquilla con un valor total FOB de 41.069.547,36 USD con respecto al año 2018. (Syscomer , 2018)

El Grupo Tecnoglass, compuesto por tres compañías: Energía Solar ESWindows, Tecnoglass y Alutions comenzó a trabajar en 1984 como un negocio artesanal de calentadores de agua con paneles solares y desde 1988 incursiona en el negocio de ventanas, fachadas de aluminio y vidrio para proyectos residenciales y comerciales.

Exportan a 32 países dentro de los que se destacan Estados Unidos, Puerto Rico, Panamá, República Dominicana, Aruba, Bahamas, Costa Rica, Guatemala, Argentina, Bolivia, Venezuela, Catar, ente otros. Cuentan con más de 5000 empleados y ofrecen alrededor de 250 productos. (El heraldo, 2017)

Agregando a la empresa santandereana Ventanar, cuenta con más de 39 años de experiencia en ingeniería de fachadas envolventes arquitectónicas. Desde la planta de producción ubicada en Girón Santander, se elaboran fachadas, ventanas, puertas y demás productos relacionados, alcanzando cobertura a nivel nacional e internacional.

2.7 Matriz de Pre-Selección , Selección y Mercado Objetivo.

Para el presente estudio de acceso de mercados se realiza una inteligencia con el fin de obtener un mercado objetivo, para ello se usó una herramienta esencial, matriz de preselección de mercados donde inicialmente se eligieron 10 países basado en las experiencias de Aluidrios sumando a esto el mayor nivel de importaciones de la partida arancelaria 761010 – Ventanas, puertas, marcos, contramarcos en aluminio.

2.7.1 Países Pre-Selección.

Tabla 7

Países preselección

1	Panamá
2	Perú
3	Chile
4	Curazao
5	Brasil
6	Aruba
7	Ecuador
8	República Dominicana
9	Costa Rica
10	México

2.7.2 Selección.

Tabla 8

Países Selección

1	Perú
2	Chile
3	Panamá
4	Brasil
5	Curazao

2.7.3 Mercado Objetivo.

Tabla 9

Países Mercado Objetivo

1	Perú
2	Panamá
3	Brasil

Anexo B Matriz de Mercados

2.8 Identificar importaciones de 761010

Hoy en día las importaciones a nivel mundial se encuentran concentradas en Estados Unidos, Japón y Alemania más sin embargo se observa una oportunidad en exporta. A continuación, determina cifras de participación en las importaciones.

Anexo C Lista de Importadores 7610

3. Requerimientos de Acceso al Mercado Peruano

3.1 Barreras

3.1.1 Barreras Arancelarias

Según el SUNAT, para el presente año la tarifa del arancel NMF es del 10% y cuenta con una regla específica de origen. Lo anterior resalta que el cambio desde cualquier otra partida, no se requiere de un cambio en la clasificación arancelario siempre y cuando el valor del contenido no sea menor al 50%.

Aranceles Preferenciales

Para visualizar los datos del 2011 al 2020 hacer clic en el ícono 

SUBPARTIDA	AÑO	ARANCEL NMF	ARANCEL PREFERENCIAL	OBSERVACIÓN	REGLA ESPECÍFICA DE ORIGEN
<input type="checkbox"/> 7610100000 Puertas, ventanas y sus marcos, bastidores y umbrales, de aluminio, excepto las construcciones prefabricadas de la partida 94.06.	2019	10%	0		Un cambio desde cualquier otra partida; o no se requiere un cambio de clasificación arancelaria, cumpliendo con un valor de contenido regional no menor a cincuenta por ciento (50%)
	2019	10%	0		
	2020		0		

Figura 10 Arancel según SUNAT

Fuente: SUNAT

3.1.2 Barreras no Arancelarias

Todas las mercancías importadas deben ser registradas ante el Ministerio de Comercio Exterior en un formulario “Registro de Importación”, que puede ser comprado por un valor de US\$ 11.

Se autoriza la mayoría de los productos en forma automática si se presenta la solicitud, sin embargo, existe un cierto número de productos, especialmente agrícolas, que están sujetos a

una licencia. Las autorizaciones de importación (automáticas y con licencias) tienen una validez de 6 meses, a excepción de los siguientes productos: bienes de capital (12 meses) y productos perecibles (2 meses). Los productos deben ser solicitados en Aduanas antes de la fecha de vencimiento de la licencia.

(SIICEX, s.f.)

3.3 Identificar Norma Técnica

Se identifica el Reglamento Nacional de Edificaciones como Norma Técnica Peruana encargada de establecer las condiciones generales de diseño, por consecuente en el caso de Aluvidrios, los acabados de la construcción. Aplicado al caso, el Capítulo III Características de las viviendas, artículo 19 reglamenta ventanas y puertas vidriadas.

Anexo D Norma Técnica Peruana

3.4 Identificar Otras Tasas

3.4.1 Impuesto General a las Ventas

IGV en Perú es la deducción que admite la SUNAT sobre este tributo encargado de gravar la importación de todos los bienes, salvo las excepciones previstas en la normatividad que la regula.

La base imponible está constituida por el Valor en Aduana más los derechos arancelarios y demás tributos que afecten la importación.

Tasa impositiva del 16% (SUNAT)

3.4.2 Impuesto de Promoción Municipal

El IPM es un tributo nacional creado a favor de las municipalidades, que grava las operaciones afectas al Impuesto General a las Ventas. Se rige por las normas del TUO-IGV.

La base imponible está constituida por el Valor en Aduanas determinado conforme al sistema de valoración vigente, más los derechos arancelarios y demás impuestos a la importación con excepción del Impuesto General a la Ventas.

Tasa impositiva: 2% (SUNAT)

3.5 TLC Comunidad Andina de Naciones

Es una organización internacional que cuenta con diversos órganos e instituciones que integran el Sistema Andino de Integración (SAI) cuyo objetivo es alcanzar un desarrollo integral, equilibrado y autónomo, mediante la integración andina, con proyección hacia una integración sudamericana y latinoamericana.

El 26 de mayo de 1969, se suscribió el Acuerdo de Cartagena, Tratado Constitutivo que fija los objetivos de la integración andina, define su sistema institucional y establece mecanismos y políticas que deben ser desarrolladas por los órganos comunitarios. De esa manera, se puso en marcha el proceso andino de integración conocido, en ese entonces como Pacto Andino, hoy Comunidad Andina. (Comunidad Andina)

Países Miembros: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú.

Tabla 10

Beneficios TLC Perú-Colombia

COLOMBIA	PERÚ
100	
	COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES
03/09/2012	31/12/9999
Arancel	0%
Preferencial	

Fuente: SUNAT

Gracias al TLC vigente se eximen de gravámenes la importación de puertas, ventanas, marcos, contramarcos correspondientes a la partida arancelaria 7610.

3.5.1 Gravámenes Vigentes.

TIPO DE PRODUCTO:	LEY 29666-IGV 20.02.11
	Gravámenes Vigentes
Ad / Valorem	0%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Especificos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	1.25%
Sobretasa Tributo	0%
Unidad de Medida:	(*)
Sobretasa Sanción	N.A.

Figura 11 Gravámenes Vigentes partida 7610

Fuente: SUNAT

3.5.2 Restricciones y Prohibiciones para el Ingreso.

EXONERACION DE CERTIFICADO DE INSPECCION	NO APLICA
<p>No existen restricciones de Inspección No existen Prohibiciones de salida de la mercancía No existen Prohibiciones del Ingreso de la mercancía</p>	

Figura 12 Exoneración certificado inspección

Fuente: SUNAT

3.5.3 Descripciones Mínimas.

A continuación, se citan las descripciones mínimas

Tabla 11

Descripciones Mínimas

DESCR.1	División de Baño Aluvidrios
DESCR.2	Composición: 89% vidrio templado, 5% perfiles de aluminio; rodamientos en nylon 1%.
DESCR.3	Características físicas y/o dimensiones, 1,35 metros de ancho por 1,85 metros de alto, sistema corredizo de fácil deslizamiento gracias a sus rodamientos en nylon.
DESCR.4	Proceso de obtención: Se realizan cortes de la perflería de aluminio para construir el marco a cortes de 90°, se adicionan rodachinas a los vidrios templados para facilitar el sistema deslizante.
DESCR.5	Uso al que se destina: Protección y división de espacios de ducha-habitación con el fin de no permitir el ingreso del agua.

Fuente: Elaboración Propia.

3.6 Etiquetado

La etiqueta debe contener la siguiente información:

Tabla 12

Etiqueta de División de Baño

Nombre del producto:	División de Baño
País de fabricación.	Colombia
Producto perecible:	No
Fecha de vencimiento.	No Aplica
Condiciones de conservación.	Para su limpieza evite usar productos corrosivos y ácidos.
Observaciones.	Limpiar con jabón suave y un paño.
Idioma	Español

Fuente: Elaboración Propia.

Creación guiada por:

Anexo E Guía de Etiquetado

3.7 Sector de Construcción

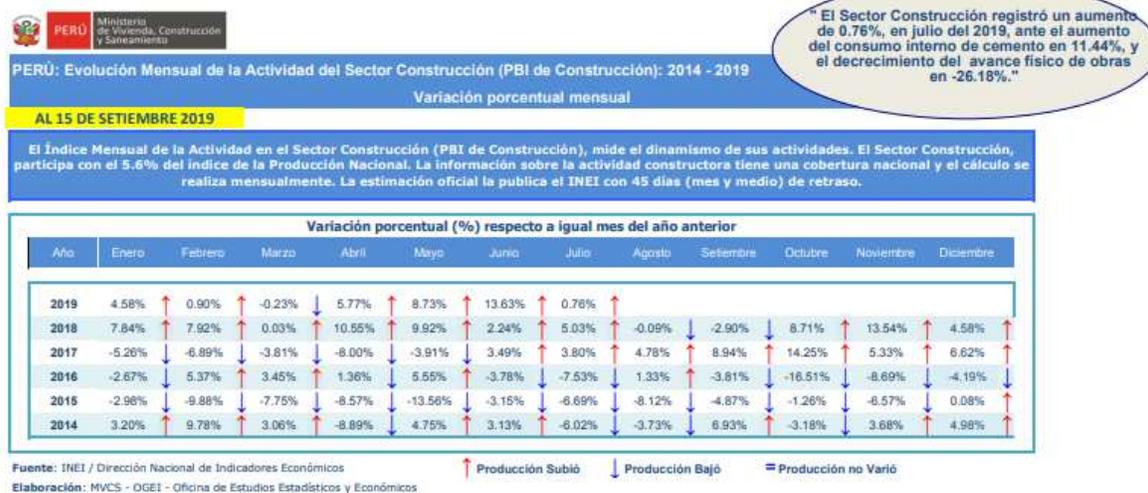


Figura 13 Evolución mensual de la Actividad del sector construcción 2014-2019

Fuente: PBI Construcción-Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

El sector Construcción mostró una tendencia sostenida de crecimiento al alcanzar un promedio de 13,63% en junio del 2019, en comparación al mismo mes del año anterior, el cual fue menor con una variación del 11,39%, el mejor en los últimos 62 meses, según las cifras del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

Este incremento se vio impulsado por el avance físico de obras públicas en los ámbitos nacional, regional y local. Cabe precisar que, en el periodo de enero a julio de 2019, construcción creció en promedio 4,87% y, durante los últimos doce meses, en su mayoría sostuvo un crecimiento.

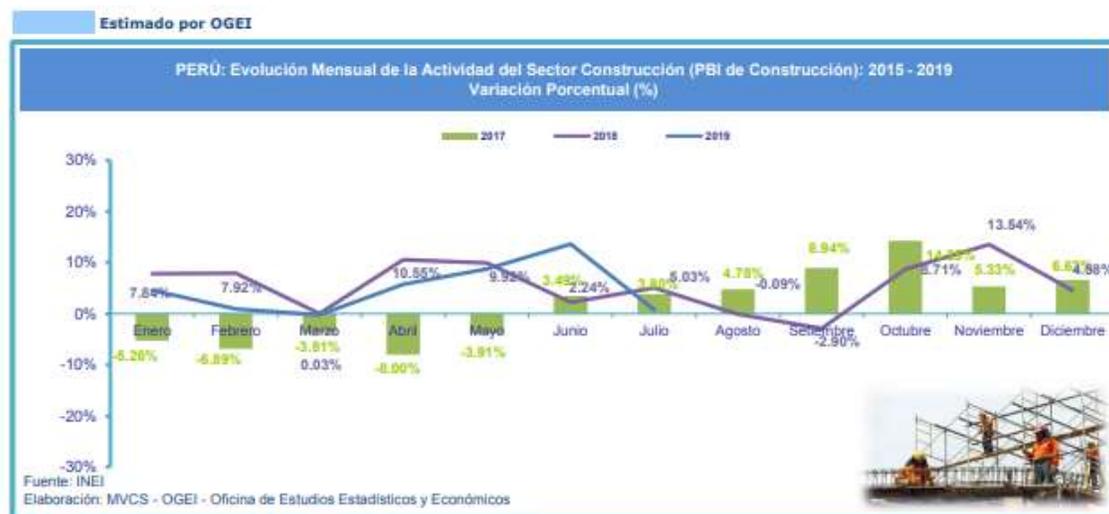


Figura 14 Evolución Mensual de la Actividad del Sector Construcción 2015-2019 (Var%)

Fuente: INEI

Hoy en día Perú se encuentra en reconstrucción. A la fecha, se han reconstruido 6.000 viviendas afectadas por el fenómeno El Niño Costero, mediante incentivos gubernamentales como la otorgación del “bono familiar habitacional”, del Programa techo propio, en estas regiones como La Libertad, Lima, Lambayeque, Áncash, y Piura.

Siendo liderado en especial por el Fondo “MiVivienda” donde la oferta inmobiliaria está certificada por programas del estado como MiVivienda Verde, cuya oferta disponible actual supera las 9.000 unidades de vivienda.

Conclusiones

Objetivo uno.

Dentro del análisis expuesto, es posible determinar que la empresa ALUVIDRIOS HIPERCENTRO DEL ALUMINIO cuenta con productos de calidad, pero demuestra que debe fortalecer sus procesos de producción.

En este sentido, considero que la empresa cuenta con la capacidad para buscar alternativas de mejoramiento interno, innovación y evolución tecnológica dentro de su cadena de producción.

Objetivo dos.

El mercado peruano presenta grandes oportunidades para el producto que Aluvidrios ofrece, puesto que en la actualidad está en auge la construcción por lo cual los habitantes hacen crecer la demanda del producto, que es de excelente calidad.

La empresa Aluvidrios no solo tiene oportunidad en Perú, sino que muchos países tienen una gran demanda de este tipo de productos en los que podemos destacar algunos como Estados Unidos, Panamá y algunas islas del caribe, por mencionar algunos. Durante el estudio del mercado se observó la alta demanda que hay, en el mundo, de la carpintería de vidrio, aluminio y acero observando su mayor concentración en los países que dependen del sector turismo.

Objetivo tres.

La planificación y desarrollo de las estrategias de acceso a mercados permite prepararse a la empresa del dinero que necesita invertir en su preparación de la organización seguido a sus líneas de productos.

El ingreso al mercado peruano a partir del próximo año presenta una ventaja gracias a la reducción a 0% del arancel de esta forma apunta a un precio competitivo para el producto.

Recomendaciones

Luego de evaluar a la empresa ALUVIDRIOS HIPERCENTRO DEL ALUMINIO se han podido identificar sus falencias y debilidades, basadas en ellas podemos otorgar las siguientes recomendaciones a la empresa para que pueda entrar al mercado extranjero con mayor facilidad:

La tecnología en sus procesos es obsoleta por tanto el renovar sus maquinarias por unas de tecnología moderna es un paso inevitable que tiene que dar la empresa.

Ampliar las instalaciones de la empresa por unas más grandes que le permitan producir y almacenar la mercancía tanto nacional como la de exportación y cumplir con la demanda exigida.

Aluvidrios es una empresa con alto potencial exportador en Santander y cuenta con materia prima de buena calidad. Por esto, recomiendo realizar un estudio de tendencias en esta industria para ampliar portafolio de productos para que se diferencie del resto de la competencia, y así poder tener una ventaja competitiva en el mercado tanto nacional como internacional.

Bibliografía

- Asociación Colombiana de Ingeniería Sísmica. (2010). *IDRD*. Obtenido de <https://www.idrd.gov.co/sitio/idrd/sites/default/files/imagenes/9titulo-i-nsr-100.pdf>
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2018).
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2019). *Global Plan Santander*. Bucaramanga.
- CCB. (2019). *Perfil de las empresas exportadoras Santander*.
- Comunidad Andina. (s.f.). Obtenido de <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?tipo=QU>
- Czinkota, M. (1982). *Export development strategies: US promotion polices*. Nueva York: Praeger.
- DANE. (2018).
- DANE. (2018). *Investigaciones PIB Departamentales*.
- Economipedia. (s.f.). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>
- El heraldo. (2017). Obtenido de <https://www.tecnoglass.com/es/tecnoglass-una-empresa-que-trabaja-para-que-barranquilla-sea-la-capital-mundial-de-la-ventana/>
- El proceso de internacionalización de Empresas*. (2009). Vol.3, Ed. 3.
- Empresarial. (2009).
- Global Negotiator. (s.f.). Obtenido de <https://www.globalnegotiator.com/comercio-internacional/diccionario/alianza-estrategica/>
- Invierta en Colombia. (s.f.). *Inversión en el sector Materiales de Construcción en Colombia*. Obtenido de <https://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas/materiales-de-construccion.html>

- MEF. (s.f.). Obtenido de <https://www.mef.gob.pe/es/acuerdos-comerciales/acuerdos-comerciales>
- Ministerio Comercio, Industria y Turismo. (16 de Enero de 1991). Ley 7 de 1991. Bogotá, Colombia. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-de-apoyo/gestion-juridica/leyes/ley-7-de-1991.aspx>
- Ministerio de Agricultura. (2017).
- PROCOLOMBIA. (2019). *Así fueron las exportaciones en Colombia durante 2018*.
- Reich, R. (1990). *Las verdaderas reglas del juego de la competitividad internacional*. Harvard Deusto Business Review (tercer trimestre).
- Rialp, A. (1999). *Los Enfoques Micro-organizacionales de la internacionalización de la empresa: una revisión y síntesis de la literatura*. Información comercial Española (ICE). Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/277272099_Los_enfoques_micro-organizacionales_de_la_internacionalizacion_de_la_empresa_una_revision_y_sintesis_de_la_literatura
- Root. (1994). *Research gate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/277272099_Los_enfoques_micro-organizacionales_de_la_internacionalizacion_de_la_empresa_una_revision_y_sintesis_de_la_literatura
- Root, F. (1994). *Entry strategies for International Markets*. New York: Lexington Books.
- SIICEX. (s.f.). Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/784009974rad9184C.pdf>

Solunion. (s.f.). Obtenido de <https://www.solunion.es/blog/como-analizar-la-demanda-internacional-de-tu-producto/>

SUNAT. (s.f.). Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/pagosgarantias/>

SUNAT. (s.f.). Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/pagosgarantias/>

Syscomer . (2018).

Trade Map. (2018).

Welch, L. y. (1988). Internacionalization: Evolution of a Concept. Journal of General Management.

WTO. (s.f.). Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/markacc_s/markacc_s.htm

Anexos

Anexo A Portafolio de productos

Anexo B Matriz de Mercados

Anexo C Lista de Importadores 7610

Anexo D Norma Técnica Peruana

Anexo E Guía de Etiquetado

Anexo F Check List Aluvidrios

Anexo G Empaque y embalaje