

DISEÑO DE UN PLAN EXPORTADOR PARA LA EMPRESA BONDENT S.A.S.

LUIS FERNANDO VILLA TABARES

UNIVERSIDAD EAFIT

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

MAYO DE 2020

DISEÑO DE UN PLAN EXPORTADOR PARA LA EMPRESA BONDENT S.A.S.

Luis Fernando Villa Tabares

Trabajo de grado para optar al título de Magíster en Administración de Empresas (MBA)

Asesora temática: María Alexandra Guerra Aranguren

Asesora metodológica: Gina María Giraldo Hernández

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD EAFIT

MAYO DE 2020

Tabla de contenido

1	Introducción	9
2	Diagnóstico de internacionalización	11
2.1	Condiciones de la compañía.....	11
2.2	Condiciones del producto.....	17
2.2.1	Cera para ortodoncia tipo utility.....	17
2.2.2	Cera para bases.....	19
2.2.3	Cera de rodete	20
2.2.4	Cera metalizada.....	22
2.2.5	Cera metalizada troquelada	23
2.3	Condiciones de Exportaciones	24
3	Selección de Mercados.....	25
3.1	Identificación de mercados	26
3.2	Selección del mercado Objetivo.....	30
3.2.1	Riesgo político	30
3.2.2	Riesgo económico	32
3.2.3	Situación social	40
3.2.4	Riesgo de tipo de cambio e inflación	42
3.2.5	Reintegro de divisas	43
3.2.6	Competencia local e internacional	45
3.2.7	Potencial del tamaño del mercado.....	50
3.2.8	Entorno legal y regulatorio.....	51
3.2.9	Entorno cultural.....	53
3.2.10	Presencia de distribuidores o intermediarios.....	63
3.2.11	Talento humano.....	64
3.2.12	Infraestructura de Perú	65
4	Análisis del producto en el mercado objetivo	67
4.1	Aranceles y preferencias arancelarias	67
4.2	Barreras no arancelarias	72
4.3	Segmentación y nicho de mercado.....	73
4.4	Competencia.....	73
4.5	Logística de la exportación	74

4.5.1	Empaque.....	75
4.5.2	Detalle de la logística	78
4.5.3	Documentos necesarios para la exportación	81
4.5.4	Términos de la negociación (incoterm).....	81
4.6	Costeo del producto para la exportación	82
4.7	Canales de distribución y comercialización	83
4.8	Aproximación a la estrategia de precios	85
4.9	Aproximación a la estrategia de comunicación y promoción	87
5	Diseño de estrategias, recomendaciones y plan de acción	90
5.1	Objetivos	90
5.2	Matriz DOFA y estrategias	90
5.3	Plan de acción del plan exportador	93
5.4	Cronograma de actividades	94
5.5	Conclusiones	95
6	Lecciones aprendidas	97
6.1	Desde la óptica del mercado	97
6.2	Desde la óptica de la organización	98
6.3	Desde la óptica del proceso de intervención	99
	Referencias bibliográficas	101
	Anexos	108

Lista de imágenes

Imagen 1. Distribución del mercado de BonDent 2019	11
Imagen 2. Cera Utility	17
Imagen 3. Cera para bases.....	19
Imagen 4. Cera de rodete.....	20
Imagen 5. Cera metalizada.....	22
Imagen 6. Cera metalizada troquelada	23
Imagen 7. Países importadores para los productos seleccionados	27
Imagen 8. PIB per cápita	28
Imagen 9. Mapa de riesgo político	31
Imagen 10. Mapa de riesgo económico.....	33
Imagen 11. Definiciones de las calificaciones de Coface para riesgo país	34
Imagen 12. Definiciones de las calificaciones de Coface para clima de negocios.....	35
Imagen 13. Indicadores macroeconómicos de Perú	37
Imagen 14. Indicadores macroeconómicos de México.	38
Imagen 15. Indicadores macroeconómicos de Chile.....	40
Imagen 16. Inflación en los países de la Alianza del Pacífico	43
Imagen 17. Comparación del entorno cultural de Perú, México y Chile	53
Imagen 18. Entorno cultural de Perú.....	56
Imagen 19. Entorno cultural de México.....	57
Imagen 20. Entorno cultural de Chile	59
Imagen 21. Arancel para el ingreso de las ceras a Perú.	68
Imagen 22. Otros impuestos para el ingreso de las ceras a Perú.....	70
Imagen 23. Algunas marcas en el mercado peruano	74
Imagen 24. Marcado de la caja de embalaje	76
Imagen 25. Información de manipulación.....	78
Imagen 26. Flujo de la logística de la exportación.....	79
Imagen 27. Etapas de desaduanamiento.....	80
Imagen 28. Términos de negociación internacional.....	82
Imagen 29. Precios de referencia	86
Imagen 30. Misión comercial al Perú.....	88
Imagen 31. Matriz DOFA	92

Lista de tablas

Tabla 1. Capacidad de producción	12
Tabla 2. Estado de resultados para los años 2017 y 2018	13
Tabla 3. Balance general 2014 y 2018	14
Tabla 4. Indicadores de gestión.....	15
Tabla 5. Especificaciones de la cera Utility	18
Tabla 6. Especificaciones de la cera para base.....	19
Tabla 7. Especificaciones cera para rodete	21
Tabla 8. Especificaciones cera metalizada	22
Tabla 9. Especificaciones cera metalizada troquelada	24
Tabla 10. Datos generales de la partida arancelaria de los productos	26
Tabla 11. Priorización de mercados potenciales	29
Tabla 12. Exportadores desde Colombia de ceras para uso dental.....	45
Tabla 13. Mercados proveedores de ceras de uso dental para Perú en 2018.....	46
Tabla 14. Principales importadores de cera de uso odontológico en Perú	47
Tabla 15. Mercados proveedores de ceras de uso dental para México en 2018.....	48
Tabla 16. Algunos importadores de equipos y suministros para dentistas	49
Tabla 17. Mercados proveedores de ceras de uso dental para Chile en 2018	50
Tabla 18. Matriz de inteligencia de mercados.....	61
Tabla 19. Distribuidores o intermediarios en Perú.....	64
Tabla 20. Dimensiones por presentación de los productos	75
Tabla 21. Costos para la exportación a Perú	83
Tabla 22. Distribuidores o intermediarios en Perú.....	84
Tabla 23. Costo de exportación por unidad de producto.....	85
Tabla 24. Elementos del plan de acción para exportar	93

Resumen

Esta memoria metodológica fue elaborada mediante cuatro fases, con el fin de diseñar un plan exportador para la empresa Bondent S.A.S. La primera fase, diagnóstico de internacionalización, comprende una revisión de las condiciones de la compañía en cuanto a su capacidad productiva, el control del proceso de producción y los estados financieros de los años en operación, la estrategia de mercadeo y los canales de venta. En la segunda fase, se identifican tres mercados potenciales usando para ello información contenida en bases de datos de comercio internacional. Estos tres mercados son evaluados en cuanto al riesgo político y económico, en aspectos sociales, legales y culturales. Para evaluar los diferentes criterios de un modo más objetivo, se usa la matriz de inteligencia de mercados propuesta por ProColombia. Al final, se evalúa el resultado con el Gerente de la empresa, y se acuerda enfocarse en el mercado de Perú. La tercera fase comprende la revisión de las condiciones de exportación de los productos de BonDent a Perú, para lo cual se identifican los aspectos arancelarios, se evalúa el mercado de las ceras en ese país y se determinan el canal y la logística; a partir de estos aspectos, se llega a una estrategia de mercadeo y precio. La última fase es el diseño de estrategias por medio de un análisis DOFA, el cual permite generar un plan de acción y unas recomendaciones, que buscan de manera concreta orientar la administración de la empresa en el proceso de exportación.

Palabras clave: plan exportador, ceras dentales, internacionalización, selección de mercado, logística de exportación

Abstract

This methodological report was prepared by means of four phases, in order to design an export plan for the company Bondent S.A.S. The first phase, diagnosis of internationalization, includes a review of the company conditions regarding its productive capacity, the production process control and the financial statements of the years in operation, the marketing strategy and the sales channels. In the second phase, three potential markets are identified using information contained in international trade databases. These three markets are evaluated in terms of political and economic risk, in social, legal and cultural aspects. To evaluate the different criteria in a more objective way, the market intelligence matrix proposed by ProColombia is used. At the end, the result is evaluated with the Manager of the company and focus on the Peruvian market. The third phase includes the review of the export conditions of BonDent's products to Peru, for which the tariff aspects are identified, the wax market in that country is evaluated and the channel and logistics are determined; from these aspects, it gets at a marketing and price strategy. The last phase is the design of strategies by means of a SWOT analysis, which allows generating an action plan and recommendations, that specifically seek to guide the administration of the company in the export process.

Keywords: export plan, dental waxes, internationalization, market selection, export logistics

1 Introducción

Buscando contribuir con el objetivo que se trazó en el 2016 el Ministerio de Comercio Exterior, se creó el Grupo Antioquia Exporta Más. Este grupo, compuesto por 20 instituciones entre las que se encuentran la Universidad Eafit, la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, la Cámara de Comercio Aburrá Sur y ProColombia, tiene el propósito de articular instituciones públicas y privadas, para que sumen esfuerzos por identificar proyectos y generar programas y herramientas que impacten positivamente la gestión en comercio exterior y promuevan la cultura y la actividad exportadora de la región.

El objetivo del presente trabajo es diseñar un plan exportador para la pyme BonDent S.A.S., cuyo nombre comercial es BonDent, dedicada a fabricar y comercializar dispositivos médicos para uso odontológico. La actividad principal de esta empresa es fabricar y comercializar ceras de uso dental, que constituyen el producto que se planea exportar. BonDent es una empresa familiar creada por dos hermanos el 23 de marzo de 2016: los ingenieros Henry de Jesús y Rubén Darío Ramírez Giraldo. Rubén cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector odontológico, y desde el inicio de la empresa ha estado al frente de la operación del negocio como Gerente. La planta y las oficinas están ubicadas en el municipio de Envigado, desde donde se despacha a las principales ciudades del país. La compañía no solo cuenta con los permisos requeridos para operar, sino que desarrolla el proceso de fabricación con buenos estándares de calidad, y sus productos gozan de buena presentación.

La empresa tiene disponible gran capacidad de fabricación; sin embargo, el mercado colombiano resulta ser bastante competido para los productos BonDent, por lo que exportar sus productos a otros mercados constituye una oportunidad para crecer el negocio. La

compañía ya ha adelantado algunos intentos por exportar, pero sin contar con una estrategia, con un estudio de mercado, con un plan de promoción o de *marketing* ni con una propuesta clara por medio de los cuales puedan atraer a posibles nuevos clientes. El resultado han sido algunos acercamientos a posibles compradores, pero sin lograr materializar alguna venta.

Con el presente trabajo se busca entregar un análisis sobre posibles mercados potenciales, aplicando para ello la metodología propuesta dentro del programa de plan exportador, que genere información que sirva como herramienta para que BonDent logre crear estrategias que le permitan acceder al mercado internacional.

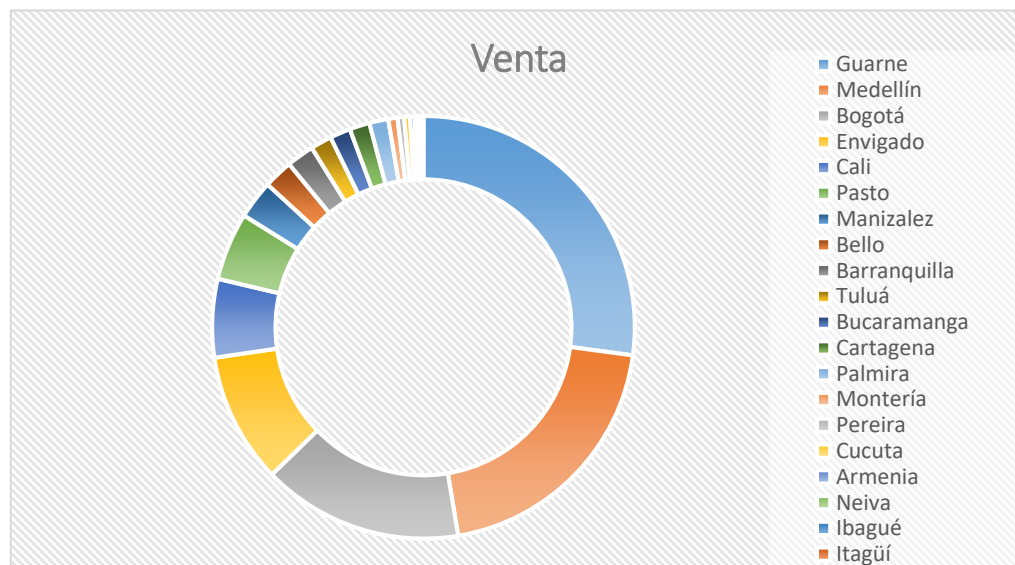
2 Diagnóstico de internacionalización

2.1 Condiciones de la compañía

La empresa cuenta con una planta de producción diseñada para elaborar productos con altos estándares de calidad, lo cual le ha permitido tener presencia en varias de las principales ciudades del país. De acuerdo con el registro de ventas proporcionado por la empresa, los municipios de Guarne, Medellín, Bogotá, Envigado, Cali y Pasto representan el 80% de las ventas, tal como se muestra en la imagen 1.

Imagen 1

Distribución del mercado de BonDent 2019



Nota: elaboración propia, a partir de información proporcionada por BonDent.

BonDent tiene una capacidad de producción total por mes de 1.400 kilos de ceras de uso dental, o de 29.613 unidades de las diferentes referencias combinadas; sin embargo, este volumen representa solo el 34% de su capacidad de producción. La distribución de su capacidad de producción y el uso actual por cada referencia se aprecian en la tabla 1.

Tabla 1*Capacidad de producción*

Tipo de cera	Cantidad producida		Capacidad instalada	Capacidad utilizada	Capacidad disponible
	2019 (febrero-agosto)	Promedio /mes			
Cera base	6.636	948	1.800	53%	47%
Cera utility x 5	59.578	8511	15.552	55%	45%
Cera utility x 5 <i>blister</i>	1.482	212	10.800	2%	98%
Cera utility x 75	416	59	338	18%	82%
Cera utility x kg	545	78	300	26%	74%
Cera rodete	1.361	194	823	24%	76%

Nota: elaboración propia, a partir de información proporcionada por BonDent.

La empresa ha operado durante dos años completos: 2017 y 2018, durante los cuales se presentan los resultados que se muestran en las tablas 2 y 3.

Los aspectos más relevantes que se logran identificar en la tabla 3 son los siguientes: las utilidades corresponden a la etapa de madurez de la empresa. Lleva poco tiempo en operación y es normal que se presente pérdidas; sin embargo, se debe notar el crecimiento del 42% en la utilidad neta que presenta entre el 2017 y el 2018, lo cual sugiere que BonDent rápidamente logrará el punto de equilibrio si continúa con esta tendencia. Esto se debe principalmente a un incremento del 68% en las ventas, que en conjunto indican un desempeño positivo de la empresa.

Tabla 2*Estado de resultados para los años 2017 y 2018*

	BonDent SAS		Estado de resultados	
	2017	2018	Crecimiento	Tasa crecimiento
INGRESOS				
Ventas brutas	67.383.393	113.077.140	45.693.747,00	67,81%
Devoluciones		0		
Descuentos		0		
Ventas Netas	67.383.393	113.077.140	45.693.747,00	67,81%
Costo de ventas	-63.273.775	-91.804.411	-28.530.636,55	45,09%
UTILIDAD BRUTA	4.109.618	21.272.729	17.163.110,45	417,63%
GASTOS OPERATIVOS				
Total Gastos de venta	-3.637.070	-150.520	3.486.550,06	-95,86%
Total Gastos Administrativos	-49.250.468	-48.996.303	254.164,56	-0,52%
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	-52.887.538	-49.146.823	3.740.714,62	-7,07%
UTILIDAD OPERATIVA	-48.777.920	-27.874.095	20.903.825,07	42,86%
Total Gastos Financieros	-321.920	-469.722	-147.801,96	45,91%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-49.099.840	-28.343.817	20.756.023,11	-42,27%
Impuestos sobre el ingreso				
Total impuestos	\$0,00	\$0,00		
UTILIDAD NETA	-\$49.099.839,74	-\$28.343.816,63	20.756.023,11	42,27%

Nota: información de estado de resultados 2017-2018 proporcionada por BonDent.

Este desempeño también se aprecia en el balance general (tabla 3), en el que se identifica tanto un crecimiento importante en los activos corrientes y no corrientes como el esfuerzo de los socios por sacar esta empresa adelante, mediante la inyección de capital.

Tabla 4*Indicadores de gestión*

Proceso / Responsable	INDICADOR	Formula	Meta	Frecuencia
Operaciones	Cumplimiento a la entrega de pedidos a Logística	$(\text{N}^\circ \text{ pedidos entregados a tiempo} / \text{N}^\circ \text{ Pedidos totales}) \times 100$	100,00%	Mensual
Operaciones	Eficiencia en Produccion cera Base	$\text{Kg de Cera procesados} / \text{Total Horas Hombre disponibles}$	1.8 (Kg/h Hombre)	Mensual
Operaciones	Eficiencia en Produccion cera Utility x 75	$\text{Kg de Cera procesados} / \text{Total Horas Hombre disponibles}$	2.6 (Kg/h Hombre)	
Operaciones	Producto no conforme en el proceso productivo	$(\text{Total pedidos rechazados por calidad} / \text{Total pedidos despachados}) \times 100$	1,00%	Mensual
Operaciones	Cumplimiento de entrega de pedidos a los clientes	$(\text{N}^\circ \text{ pedidos entregados a tiempo} / \text{N}^\circ \text{ Pedidos totales}) \times 100$	100,00%	Mensual
Operaciones	Producto No conforme por almacenamiento	$(\text{Total Kg de producto dañados por almacenamiento} / \text{Total Kg Almacenados})$	0,00%	Mensual
Operaciones	Exactitud del inventario	$(\text{Referencias completas} / \text{Referencias Inventariadas}) \times 100$	98,00%	Cuatrimstral
Gestión Comercial	Cumplimiento al presupuesto de Ventas	$(\text{Ventas Realizadas} / \text{Ventas Presupuestadas}) \times 100$	90,00%	Mensual
Gestión Comercial	Cumplimiento al presupuesto de Clientes	$(\text{Clientes Nuevos} / \text{Clientes Nuevos Presupuestados}) \times 100$	90,00%	Mensual

Nota: tabla elaborada con información proporcionada por BonDent.

Por medio de un análisis de las cinco fuerzas de Porter (2008): clientes, proveedores, nuevos competidores, productos sustitutos y rivalidad de la industria, para determinar el nivel de competencia dentro de esta industria, encontramos lo siguiente:

Clientes: los principales clientes de BonDent son empresas distribuidoras y comercializadoras de productos para uso odontológico, que cuentan con diversas alternativas a la hora de definir la marca y el proveedor que satisfaga sus necesidades; por

esto, la estrategia ha consistido en identificar las preferencias de los clientes, adaptarse a ellas, tener una presentación llamativa de los productos y contar con un inventario disponible para atender de manera inmediata todos los pedidos.

Proveedores: las materias primas empleadas por BonDent son productos de fácil consecución y de costos relativamente bajos, que pueden ser suministrados por múltiples proveedores. Esto significa que se cuenta con la posibilidad de escoger entre varios proveedores; pero, a su vez, que, de acuerdo con el tamaño de las ventas de la empresa, para los proveedores la demanda de materias primas no representa un valor relevante que le permita a BonDent tener poder de negociación.

Nuevos competidores: aunque se cuenta con regulaciones establecidas por el Invima en Colombia, estas son de fácil cumplimiento y no representan una barrera de entrada. También es necesario anotar que, por la naturaleza del producto, este mercado no es lo suficientemente atractivo para atraer a nuevos posibles competidores y que la preocupación debe enfocarse en ganar y asegurar una porción del mercado.

Productos sustitutos: existen varias marcas que se consiguen fácilmente con distribuidores de productos para uso odontológico, e incluso algunos de ellos están disponibles en farmacias y hasta en supermercados. En Colombia se consiguen marcas como Proquident, Oral Plus y G·U·M, entre otros.

Rivalidad de la industria: en Colombia hay varias empresas que producen estos productos, identificados con marcas tales como Dentalia, Premont, Indental, AFR y Disalf, y también se pueden conseguir otras marcas de importación que le han servido a BonDent

como referencia para mejorar sus productos. Entre las marcas importadas están Yeti, La Ranfer y Whipmix.

2.2 Condiciones del producto

BonDent tiene amplia variedad en los productos que fabrica y comercializa. Entre ellos se encuentran ceras de uso dental, acrílicos y materiales de impresión, entre otros. El gerente de la empresa, el Ingeniero Rubén Ramírez Giraldo, ha expresado abiertamente su interés en que el producto que planean trabajar dentro del programa Plan Exportador sean las ceras en todas las variedades que producen. A continuación, en las imágenes 2 a la 6 y las tablas 5 a la 9 se describen cada tipo de cera.

2.2.1 Cera para ortodoncia tipo *utility*

Imagen 2

Cera utility



Nota: imagen proporcionada por BonDent (2020).

Tabla 5*Especificaciones de la cera Utility*

Descripción	Cera en forma de tiras cilíndricas con la dureza adecuada para facilitar la adaptación y la adherencia a los aparatos de ortodoncia colocados al paciente. Su composición asegura la resistencia a la temperatura y los fluidos de la boca, lo que permite una protección eficaz y duradera.
Composición	Mezcla de ceras y parafinas altamente refinadas.
Propiedades	Color: blanco Olor: menta Flexibilidad: doblez 180° sin mostrar grietas Punto de fusión: 55 °C a 58 °C
Presentación	Caja por 75 unidades de 26 cm x 5 mm
Vida útil	Un año.
Uso y aplicaciones	Usada para cubrir los <i>brackets</i> , alambres y otros soportes instalados en la técnica de ortodoncia, para evitar la irritación de la lengua y la parte interna de la boca del paciente.
Requisitos mínimos y normatividad	Norma Técnica Colombiana 5963: materiales odontológicos. Ceras para bases y para colado.
Requerimientos de almacenamiento	Almacenar en un lugar fresco, ventilado y con poca luz.

Nota: información proporcionada por BonDent (2020).

2.2.2 Cera para bases

Imagen 3

Cera para base



Nota: imagen proporcionada por BonDent (2020).

Tabla 6

Especificaciones de la cera para base

Descripción	Las ceras para base BonDent poseen las características de dureza, punto de fusión y flexibilidad requerida para la fácil manipulación y estabilidad dimensional de los trabajos realizados en laboratorio.
Composición	Mezcla de ceras, parafinas altamente refinadas y colorantes.
Propiedades	Dimensiones: 14,5 mm x 7,5 mm x 1,2 mm Color: rosado y rojo Olor: olor característico Flexibilidad: doblez 180° sin mostrar grietas Adherencia: no es pegajosa
Presentación	Caja de cera base de 14,5 cm x 7,5 cm x 1,2 cm por 18 unidades.
Vida útil	Un año.

Uso y aplicaciones	Estas ceras son usadas principalmente en la elaboración de patrones que se duplicarán en polímero, para base de dentaduras y para el modelado de rebordes de oclusión y otros patrones.
Instrucciones de uso	Calentar pasando rápidamente sobre un mechero y presionar suavemente sobre el modelo en yeso, para obtener una perfecta conformación de la cera.
Requisitos mínimos y normatividad	Norma Técnica Colombiana 5963: Materiales odontológicos. Ceras para bases y para colado.
Requerimientos de almacenamiento	Almacenar en un lugar fresco, ventilado y con poca luz.

Nota: información proporcionada por BonDent (2020).

2.2.3 Cera de rodete

Imagen 4

Cera de rodete



Nota: imagen proporcionada por BonDent (2020).

Tabla 7*Especificaciones cera para rodete*

Descripción	Cera fabricada en tiras de sección cuadrada con una canal en una de sus caras, que permite una fácil adaptación y sellado en el modelo. Además, presenta una dureza óptima que facilita su manipulación y estabilidad en los trabajos realizados.
Composición	Mezcla de ceras, parafinas altamente refinadas y colorantes.
Propiedades	Dimensiones: barras: 235 mm x 10 mm x 10 mm barras: 105 mm x 10 mm x 10 mm Color: rosado Olor: olor característico Flexibilidad: doblez 180° sin mostrar grietas
Presentación	Cera de rodetes caja x 18 barras Cera de rodetes 10,5 cm: caja x 32 unidades
Vida útil	Un año.
Uso y aplicaciones	Para conformación de rodete de mordida y toma de registros oclusales en desdentados totales y parciales.
Instrucciones de uso	Cortar la tira de la dimensión requerida, conformar el rodete con un conformador de rodete, calentar levemente y ajustar sobre el modelo usando la canal prevista para este fin.
Requisitos mínimos y normatividad	Norma Técnica Colombiana 5963: Materiales odontológicos. Ceras para bases y para colado.
Requerimientos de almacenamiento	Almacenar en un lugar fresco, ventilado y con poca luz.

Nota: información proporcionada por BonDent (2020).

2.2.4 Cera metalizada

Imagen 5

Cera metalizada



Nota: imagen proporcionada por BonDent (2020).

Tabla 8

Especificaciones cera metalizada

Descripción	La cera para registro de mordida BonDent posee un espesor uniforme con acabado superficial brillante para registros nítidos. Está especialmente formulada para la obtención de un registro más confiable, su contenido de partículas de aluminio le confiere la estabilidad y resistencia necesarias tanto en climas cálidos como fríos.
Composición	Mezcla de ceras, parafinas altamente refinadas y colorantes.
Propiedades	Dimensiones: 14,5 cm x 7,5 cm x 2,0 mm Color: gris Olor: olor característico Adherencia: no es pegajosa
Presentación	Caja x 12 láminas de 14,5 cm x 7,5 cm x 2,0 mm Caja x 24 láminas en forma de herradura

Vida útil	Un año.
Uso y aplicaciones	Estas ceras son usadas principalmente para la toma de registro de oclusión.
Instrucciones de uso	Cortar la cantidad necesaria para la toma del registro, introducir en la boca del paciente e indicarle que haga una presión moderada, de acuerdo con la técnica utilizada.
Requisitos mínimos y normatividad	Norma Técnica Colombiana 5963: materiales odontológicos. Ceras para bases y para colado.
Requerimientos de almacenamiento	Almacenar en un lugar fresco, ventilado y con poca luz.

Nota: información proporcionada por BonDent (2020).

2.2.5 Cera metalizada troquelada

Imagen 6

Cera metalizada troquelada



Nota: imagen proporcionada por BonDent (2020).

Tabla 9*Especificaciones cera metalizada troquelada*

Descripción	La cera para registro de mordida BonDent, posee un espesor uniforme, con acabado superficial brillante para registros nítidos. Está especialmente formulada para la obtención de un registro más confiable, su contenido de partículas de aluminio le confiere la estabilidad y resistencia necesarias tanto en climas cálidos como fríos.
Composición	Mezcla de ceras, parafinas altamente refinadas y colorantes.
Propiedades	Dimensiones: 7,5 cm x 9,5 cm (medidas generales) Color: gris Olor: olor característico Adherencia: no es pegajosa
Presentación	Caja x 24 láminas en forma de herradura 7,5 cm x 9,5 cm
Vida útil	Un año.
Uso y aplicaciones	Ceras son usadas principalmente para la toma de registro de oclusión.
Instrucciones de uso	Cortar la cantidad necesaria para la toma del registro, introducir en la boca del paciente e indicarle que haga una presión moderada, de acuerdo con la técnica utilizada.
Requisitos mínimos y normatividad	Norma Técnica Colombiana 5963: materiales odontológicos. Ceras para bases y para colado.
Requerimientos de almacenamiento	Almacenar en un lugar fresco, ventilado y con poca luz.

Nota: información proporcionada por BonDent (2020).

2.3 Condiciones de exportaciones

En el tiempo de operación, BonDent se ha enfocado en penetrar el mercado regional y nacional, sin hacer estudio de mercado previo con miras a exportar sus productos en algún mercado potencial.

3 Selección de mercados

Con el propósito de definir los mercados potenciales, es necesario primero, verificar la partida arancelaria con la que este producto es comercializado. De acuerdo con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (Dian), que es el único ente oficial para determinar estas clasificaciones, todas las ceras dentales que produce BonDent se ubican en la partida cuyo código y descripción se muestran a continuación en la tabla 10.

Tabla 10*Datos generales de la partida arancelaria de los productos*

Nivel nomenclatura	Código nomenclatura
ARIAN	3407.00.20.00
Descripción	Jabón, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ceras artificiales, ceras preparadas, productos de limpieza, velas y artículos similares, pastas para modelar, «ceras para odontología» y preparaciones para odontología a base de yeso fraguable. Pastas para modelar, incluidas las presentadas para entretenimiento de los niños; preparaciones llamadas «ceras para odontología» o «compuestos para impresión dental», presentadas en juegos o surtidos, en envases para la venta al por menor o en plaquitas, herraduras, barritas o formas similares; las demás preparaciones para odontología a base de yeso fraguable. «Ceras para odontología» o «compuestos para impresión dental».
Unidad física	Kilogramo (kg)

Nota: tabla elaborada a partir de información obtenida de la Dian (2020).

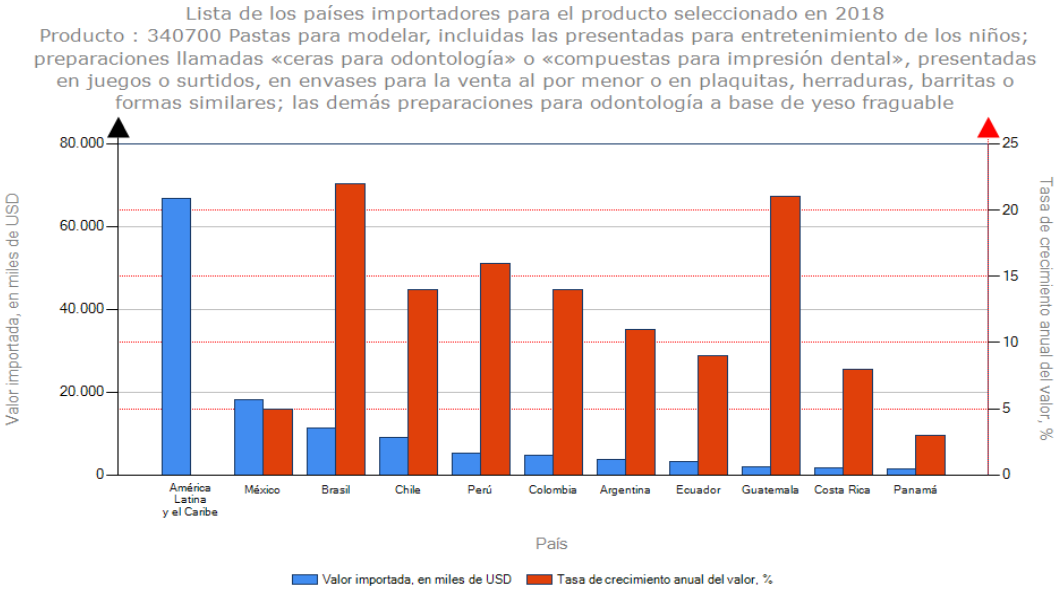
3.1 Identificación de mercados

Usando como criterios para identificar los mercados la proximidad geográfica y cultural, nos centramos en países de América Latina y el Caribe. En la imagen 7, que se presenta a continuación, podemos apreciar los 10 países de la región definida, que en el 2018 presentaron las mayores importaciones de los productos que caben en la subpartida armonizada 340700, combinada con la tasa de crecimiento anual de los últimos cuatro años.

Esto nos permite identificar los países en los que se debe enfocar un mayor análisis para determinar una posible demanda de los productos.

Imagen 7

Países importadores para los productos seleccionados

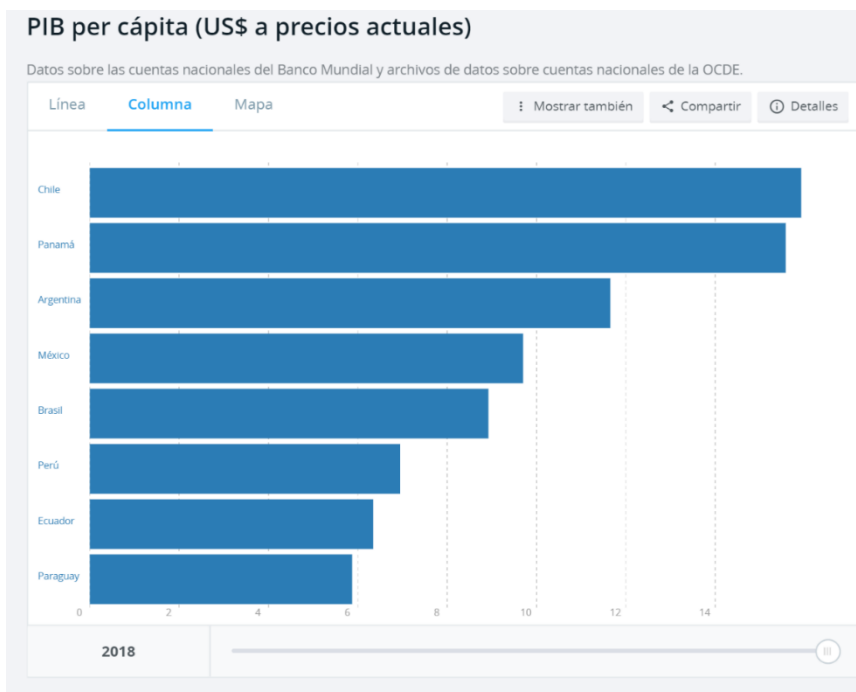


Nota: información obtenida de TradeMap (2018).

Uno de los criterios tenidos en cuenta en el proceso de preselección de los países potenciales, es el PIB per cápita. En la imagen 8 a continuación se puede observar el resultado obtenido de estos 10 países para el año 2018.

Imagen 8

PIB per cápita



Nota: información obtenida de la página del Banco Mundial (2019a).

Una priorización de los países del gráfico anterior, de acuerdo con los valores de importación de los productos del arancel 34070020 (en el caso de México es 34070002), se muestra a continuación en la tabla 11.

Aunque esta partida contempla una gran variedad de productos diferentes a los que serán exportados, sugiere una posible demanda en estos países. El valor de importación se combina de manera ponderada con la facilidad del Banco Mundial para hacer negocios (Doing Business, 2019), el PIB per cápita y la proximidad geográfica. Para evitar posibles barreras de lenguaje, solo han quedado aquellos países de habla hispana que presentan importaciones de cualquier producto dentro de la partida arancelaria.

Tabla 11*Priorización de mercados potenciales*

País	Valor importado en 2018 (miles de USD)	Factor valor importación (30%)	Facilidad de hacer negocios	Factor facilidad negocios (30%)	PIB per cápita 2018 (USD)	Factor PIB per cápita (20%)	Proximidad geográfica (COP/boleto)		Factor proximidad geográfica (20%)	Priorización
Perú	1.654	26,79%	68	11,11%	6.947	8,37%	837.026	13,55	24,29%	17,90%
México	1.350	21,87%	54	8,82%	20.645	24,89%	1.616.930	7,01	12,57%	16,70%
Chile	1.517	24,57%	56	9,15%	15.923	19,19%	2.296.320	4,94	8,85%	15,73%
Argentina	1060	17,17%	119	19,44%	11.653	14,05%	2.193.720	5,17	9,27%	15,65%
Panamá	41	0,66%	79	12,91%	15.575	18,77%	951.500	11,92	21,36%	12,10%
Ecuador	350	5,67%	123	20,10%	6.345	7,65%	1.795.696	6,31	11,32%	11,52%
Paraguay	202	3,27%	113	18,46%	5.872	7,08%	1.647.810	6,88	12,34%	10,40%

Nota: elaboración propia.

De acuerdo con los resultados de la ponderación de los diferentes factores presentados en la tabla anterior, los tres mercados seleccionados para continuar con el análisis, serán los de los siguientes países: Perú, México y Chile.

3.2 Selección del mercado objetivo

3.2.1 *Riesgo político*

Según Marsh (2019), las empresas nunca han enfrentado tantos desafíos como los que tienen hoy en día. Desde economías emergentes hasta economías maduras, las empresas y el comercio son cada vez más susceptibles a la incertidumbre, y los riesgos políticos representan una amenaza para sus intereses comerciales (imagen 9). Por esta razón, se hace más relevante hacer el análisis respectivo de los riesgos en Perú, México y Chile.

Imagen 9

Mapa de riesgo político de Latinoamérica



Nota: información obtenida de Marsh (2019).

Riesgo político de Perú. Perú tiene como actual mandatario a Martín Alberto Vizcarra, que llegó al puesto por sucesión constitucional, después de la renuncia en 2018 de Pedro Pablo Kuczynski por escándalos de corrupción con el grupo de construcción Odebrecht. Martín Vizcarra, quien es del mismo partido, recibe un país agitado y molesto, y tiene que gobernar con un Congreso de oposición, lo que ha generado fuertes tensiones políticas, producto de los diferentes enfrentamientos. Esto incide en la percepción de estabilidad política, y por eso Perú presenta un bajo nivel en el mapa de Marsh, con un índice de 58,8.

Riesgo político de México. México desde diciembre de 2018 tiene como presidente a Andrés Manuel López Obrador (AMLO). Su llegada al poder rompió una hegemonía, al

convertirse en el primer gobierno de izquierda en décadas (Marsh, 2019). Se espera que AMLO tenga una mayor participación en la economía mexicana, al incrementar los gastos en infraestructura y en obras sociales. A pesar de que este gobierno ha comenzado a replantear las estrategias para combatir los altos índices de violencia relacionados con el narcotráfico, no se espera una mejora sustancial o rápida. Marsh (2019) califica la estabilidad política del país con un índice bajo, de 54,8, que lo ubica por debajo de Perú.

Riesgo político de Chile. Chile tiene como presidente a Sebastián Piñera, quien asumió el cargo en marzo de 2018 poniendo fin a un período de incertidumbre (Marsh, 2019). Dentro de los propósitos de su mandato está la reducción de regulaciones mineras, hacer ajustes, en materia de impuestos, de la reforma laboral hecha por la anterior presidenta Michelle Bachelet, y reducir el déficit fiscal. Para lograrlo, deberá hacer grandes esfuerzos por encontrar apoyo en la oposición, debido a que no tiene mayoría en el Congreso.

De acuerdo con el mapa de riesgo político de Marsh (2019), el país presenta un alto nivel de estabilidad política, con una calificación de 74,8, uno de los más altos de Latinoamérica. Esto favorece a toda intención de realizar importaciones y hacer negocios con las empresas de este mercado.

3.2.2 Riesgo económico

Para evaluar el riesgo económico, se usa la información que proporciona Coface (2019), empresa francesa que se dedica a la gestión de los riesgos de crédito de muchas

empresas alrededor del mundo. En la imagen 10, se muestra el mapa de riesgo económico generado por Marsh (2019) para América Latina.

Imagen 10

Mapa de riesgo económico



Nota: información obtenida de Marsh (2019)

Coface (2019) emite una calificación en dos aspectos: el primero, es el clima de negocios, el cual mide el entorno empresarial de cada país en cuanto al potencial económico, la situación financiera, el comportamiento de pago de las empresas y la eficacia judicial frente a los impagos; y el segundo, es el riesgo país, que combina los aspectos anteriores con el entorno político del país. Las calificaciones se establecen en siete niveles, que van desde A1, para los riesgos más bajos, hasta D, para los riesgos más altos.

Las definiciones para cada calificación en cada uno de los aspectos se pueden observar en las imágenes 11 y 12.

Imagen 11

Definiciones de las calificaciones de Coface (2019) para riesgo país

A1	La situación política y económica muy estable influye de forma favorable en el comportamiento de pago de las empresas, en general, bueno. La probabilidad media de impago es muy débil.
A2	La situación política y económica es favorable, la probabilidad de impago sigue siendo baja aunque el entorno económico y empresarial puede presentar algunas lagunas.
A3	El comportamiento de pago es susceptible de verse afectado por una modificación del entorno económico y político del país que es globalmente favorable pero volátil. La probabilidad media de impago de las empresas se sitúa en un nivel aceptable.
A4	Las perspectivas políticas y económicas pueden experimentar algunas debilidades. Una relativa volatilidad del entorno empresarial es susceptible de afectar al comportamiento de pago de las empresas. La probabilidad de que esto lleve a un impago es aceptable.
B	Las incertidumbres en el plano económico y financiero y un entorno empresarial a veces difícil pueden afectar los comportamientos de pago. La probabilidad media de impago de las empresas es bastante elevada.
C	Las perspectivas económicas y políticas muy inciertas y un entorno empresarial con numerosas lagunas pueden deteriorar sensiblemente el comportamiento de pago. La probabilidad media de impago de las empresas es elevada.
D	El entorno económico y político presenta riesgos muy elevados y el entorno empresarial puede ser muy difícil. Estas debilidades pueden tener un impacto considerable sobre los comportamientos de pago. La probabilidad media de impago de las empresas es muy elevada.

Nota: información obtenida de Coface (2009)

Imagen 12

Definiciones de las calificaciones de Coface para clima de negocios

A1	El entorno empresarial es muy satisfactorio. Los balances de las empresas son (por lo general) fiables y disponibles. El recobro de deudas es eficaz. Las instituciones son de calidad. El entorno empresarial es favorable para las empresas.
A2	El entorno empresarial es satisfactorio. Los balances de las empresas, cuando están disponibles, son fiables. El recobro de deudas funciona adecuadamente. Las instituciones son globalmente competentes. Las empresas evolucionan, por lo tanto, en un marco relativamente estable pero perfectible.
A3	El entorno empresarial es más bien satisfactorio. Los balances de las empresas no se encuentran siempre disponibles aunque son relativamente fiables. El recobro de deudas y las instituciones pueden presentar algunas lagunas. Las empresas evolucionan en un marco seguro pero ciertas insuficiencias pueden presentar dificultades puntuales para las transacciones entre empresas.
A4	El entorno empresarial es aceptable. Los balances de las empresas son, en ocasiones, insuficientemente fiables o disponibles. El recobro de deudas no siempre es eficaz y las instituciones presentan lagunas. Las empresas evolucionan dentro de un marco aceptable pero a veces inestable. Esto puede presentar dificultades para las transacciones entre empresas.
B	El entorno empresarial tiene un nivel medio. La fiabilidad y la disponibilidad de los balances de las empresas es muy variable. El recobro de deudas es, en ocasiones, difícil. Las instituciones presentan ciertas debilidades. Las empresas evolucionan en un marco inestable o poco competente, factor de riesgo a tener en cuenta para las transacciones entre empresas.
C	El entorno empresarial es difícil. Los balances de las empresas no están, a menudo, disponibles y cuando lo están, no son muy fiables. El recobro de deudas es aleatorio. Las instituciones presentan numerosas insuficiencias. Las empresas evolucionan en un marco difícil, constituyendo así un riesgo importante para las transacciones entre empresas.
D	El entorno empresarial es muy difícil. Los balances de las empresas raramente están disponibles y cuando lo están, son muy poco fiables. El recobro de deudas es muy aleatorio. Las instituciones presentan insuficiencias mayores. Las empresas evolucionan en un marco muy difícil, lo cual es un alto riesgo para las transacciones entre empresas.

Nota: información obtenida de Coface (2009)

Riesgo económico de Perú. Según el Análisis de Mercados (*Trade Markets*) de Santander (2019), durante los últimos 10 años este país ha sido considerado un modelo económico. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas de Perú, en 2018 el PIB alcanzó el 4,1%, impulsado por políticas fiscales y monetarias sólidas y por el crecimiento del sector de minería, combustible y manufactura. Según Werner (2019), el Fondo

Monetario Internacional (FMI) estima que el crecimiento para los años 2019 y 2020 será del mismo orden. La inflación en 2018 se desaceleró y alcanzó el 1,4%, y para 2019 y 2020 se proyecta alcanzar el 2%. La tasa de desempleo en 2018 fue del 6,9%, y la economía de este país se caracteriza por una fuerte concentración de riqueza y grandes desigualdades.

El principal sector es el terciario, que emplea el 56% de la fuerza laboral y aporta el 60% del PIB. Este sector está compuesto por el turismo, los servicios financieros y las telecomunicaciones. El gobierno, en asocio con el sector privado, ha hecho esfuerzos importantes por impulsarlos.

Existe incertidumbre y se ven algunos riesgos a la baja, debido a las tensiones entre Estados Unidos y China, los cuales son los principales destinos de las exportaciones de Perú. El índice de riesgo económico de Marsh (2019) le da a este país una calificación de 70,6, mientras que Coface (2019) le da una calificación A4 en el clima de negocios. En la imagen 13, se muestran los principales indicadores económicos y las calificaciones que le da Coface (2019).

Imagen 13

Indicadores macroeconómicos de Perú



PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS MACRO

	2016	2017	2018 (e)	2019 (f)
El crecimiento del PIB (%)	4.0	4.0	2.5	3.9
Inflación (promedio anual,%)	3.6	2.8	1.4	2.0
Saldo presupuestario (% PIB)	-2,5	-3,1	-3,0	-2,7
Saldo en cuenta corriente (% PIB)	-2,7	-1,3	-1,1	-1,1
Deuda pública (% PIB)	23,7	24,8	25,7	26,7

(e): Estimación. (f): Pronóstico.

Nota: información obtenida de Coface (2019).

Riesgo económico de México. El *Trade Markets* de Santander (2019) ubica a México entre las 15 economías más grandes del mundo y como la segunda de América Latina. Este país depende en gran medida de Estados Unidos, su mayor socio comercial, destino del 80% de sus exportaciones.

El crecimiento del PIB de 2018 fue de 2,2%, y se espera que para 2019 y 2020 sea del 2,5% y 2,7%, respectivamente. Este crecimiento económico fue impulsado por la demanda interna, por el fuerte consumo de los hogares y por unas mayores inversiones en comparación con 2018 (especialmente a través de la reconstrucción de las áreas de Ciudad de México afectadas por los fuertes terremotos de 2017).

En 2018 la tasa de desempleo de México se mantuvo estable en 3,5%. Se espera que para 2019 y 2020 mantenga niveles similares. Los desafíos clave que aún deben abordarse incluyen su alta dependencia de la economía de Estados Unidos, unas tasas de criminalidad altas y en aumento, desigualdad de ingresos, debilitamiento de la infraestructura y la educación, y décadas de subinversión en el sector petrolero (Santander, 2019).

La economía de este país es bastante diversificada y se encuentra entre los mayores productores de varios productos agrícolas, y la ganadería y la pesca también se presentan como actividades importantes y que generan un gran volumen de empleos. De acuerdo con el Banco Mundial (2019b), para el 2018, la inflación alcanzó el 4,8%. En la imagen 14, Coface (2019) muestran los principales indicadores macroeconómicos y le da una calificación en el aspecto de clima de negocios de A4.

Imagen 14

Indicadores macroeconómicos de México



PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS MACRO

	2016	2017	2018 (e)	2019 (f)
El crecimiento del PIB (%)	2.9	2.0	2.0	1.0
Inflación (promedio anual,%)	2.8	6.0	4.8	3.6
Saldo presupuestario (% PIB)	-2.5	-1.1	-2.4	-2.2
Saldo en cuenta corriente (% PIB)	-2.1	-1.6	-1.4	-1.4
Deuda pública (% PIB)	56.8	54.3	53.8	53.7

(e): Estimación. (f): Pronóstico.

Nota: información obtenida de Coface (2019).

Riesgo económico de Chile. Es considerado uno de los países más estables de Latinoamérica y esto se refleja en el mapa de riesgo económico de Marsh (2019), en el que presenta un índice de riesgo de 70,6. El portal *Trade Markets* de Santander (2019), lo considera un modelo para América Latina en términos de transparencia política y financiera cuya economía ha sido una de las de más rápido crecimiento en nuestra región durante la última década. Según el Banco Central de Chile, citado por Santander, el PIB creció un 4% en 2018, se proyectaba un 3,4% para 2019 y un 3,2% para 2020.

Según el Instituto Nacional de Estadística de Chile también citado en el portal *Trade Markets* de Santander (2019), la inflación alcanzó 2,4% en 2018, y se espera que aumente gradualmente al 3% en 2019 y 2020; la tasa de desempleo disminuyó a 6,9% en 2018, y se espera que continúe con esa tendencia para 2019 y 2020.

En la imagen 15, Coface (2019) presenta los principales indicadores macroeconómicos de Chile, y en el aspecto de clima de negocios le da una calificación de A3.

Imagen 15

Indicadores macroeconómicos de Chile



PRINCIPALES INDICADORES MACROECONÓMICOS

	2016	2017	2018 (e)	2019 (f)
El crecimiento del PIB (%)	1,3	1,5	4,0 4,0	3,0
Inflación (promedio anual,%)	3,8	2,2 2,2	2,5	3,0
Saldo presupuestario (% PIB)	-2,7	-2,8	-1,9	-1,7
Saldo en cuenta corriente (% PIB)	-1,4	-1,5	-2,1	-2,4
Deuda pública (% PIB)	21,1	23,6	24,8	26,0

(e): Estimación. (f): Pronóstico.

Nota: información obtenida de Coface (2019)

3.2.3 Situación social

Situación social de Perú. Según datos de *The World Factbook* de la CIA (2019), Perú, con un poco más de 31 millones de habitantes, es una población 60,2% mestiza (amerindios y blancos), y en la que un 82,9% habla español. Además, afirma que aunque la tasa de pobreza ha venido disminuyendo sustancialmente, sigue siendo muy alta (alrededor del 30%), y se encuentra que el crecimiento económico de los últimos años ha beneficiado principalmente a la población urbana (78,1% de la población total para el 2019).

Las áreas urbanas principales son Lima, con 10,5 millones; Arequipa, con 911.000; y Trujillo, con 851.000 habitantes. El gasto actual en salud es del 14,32% del PIB, y en

educación es del 3,9%. Su porcentaje de alfabetización para el 2016 era del 94,2%, y para el 2017 el Índice de Desarrollo Humano (IDH) era de 0,75 puntos, que lo llevó a ocupar el puesto 89 en el *ranking* global de desarrollo humano. El índice de progreso social para 2019, que mide factores de bienestar, cobertura de necesidades básicas y oportunidad, ubicaba al país en la posición 57, entre 149, y obtuvo 71,31 puntos sobre 100.

Situación social de México. De acuerdo con el *Trade Markets* de Santander (2019), México tiene una población del orden de 129 millones de habitantes, en la que el 60% es mestiza y el 30% es de origen indígena. El 79,9% se asienta en áreas urbanas, donde las principales son Ciudad de México, con 19,8 millones de habitantes; Guadalajara, con 4,6; Monterrey, con 4,4; Puebla, con 2,2, y Toluca, con 2 millones de habitantes.

Su tasa de alfabetización es de 91,6%, y en materia de IDH ocupa el puesto 74, con 0,756 puntos. El gasto público en salud disminuyó para el 2018, cuando alcanzó el 2,1% del PIB, y para 2015 el gasto en educación fue del 5,2%. El índice de progreso social en 2019 para México fue de 71,51 sobre 100 puntos, que lo ubicó en la posición 55 entre 149 países.

Situación social de Chile. Según el *Trade Markets* de Santander (2019), Chile tiene una población de 18 millones de habitantes, de los cuales el 87,5% está ubicado en zonas urbanas, donde las principales son Santiago, con 6,7 millones de habitantes, y Valparaíso con 975.000. Según el censo del 2018, el 89% de su población se declara de origen europeo o mixto, y el resto, de origen indígena.

Su IDH es de 0,832, que lo posiciona en el puesto 42. El gasto público en salud para 2018 fue de 5,38% del PIB; el gasto público en educación en 2017 fue del 5,4% según el

Banco Mundial, y su nivel de alfabetización es del 96,9%. La tasa de pobreza para el 2017 fue de 8,6%. El índice de progreso social para 2019 fue de 80,02 sobre 100 puntos, que lo ubica en el puesto 37 de 149 países.

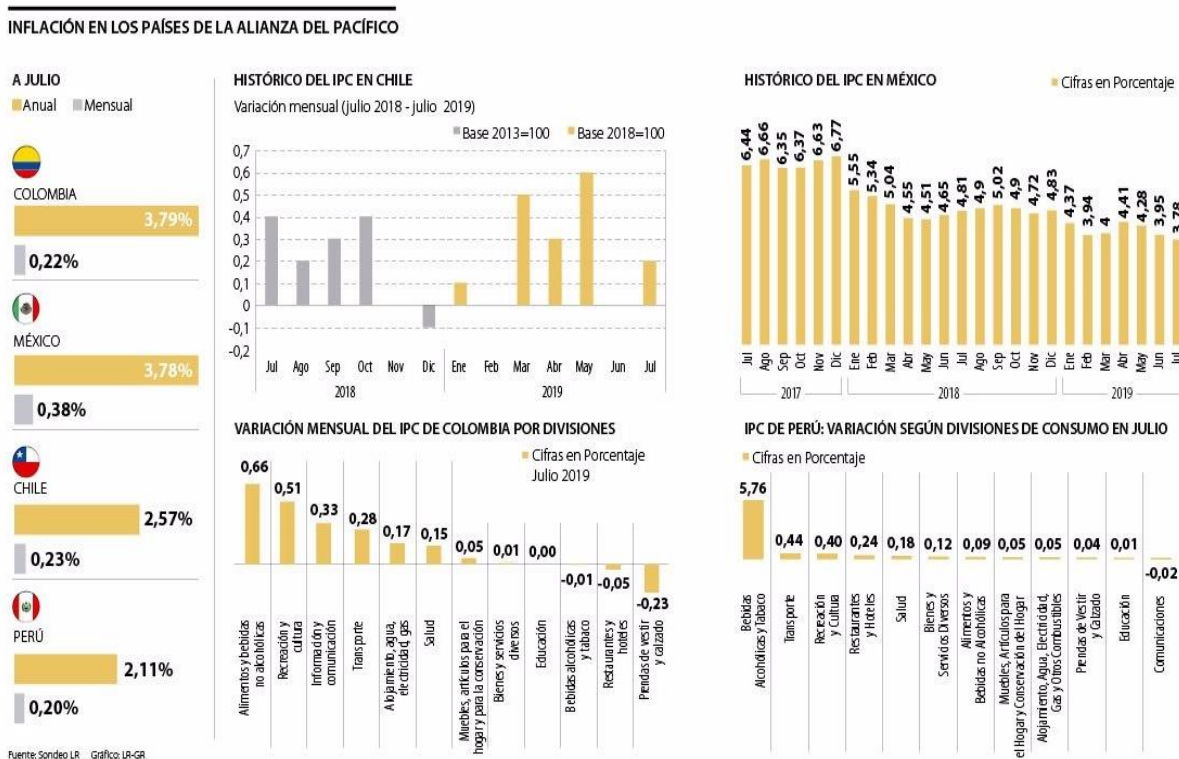
3.2.4 Riesgo de tipo de cambio e inflación

Los tres países de interés para las exportaciones de BonDent integran junto con Colombia la Alianza del Pacífico. *La República* (Monterrosa, 2019) hace una comparación de la inflación de los tres países, donde se ve claramente cómo es la relación en términos de inflación (imagen 16). De los tres, Perú presenta la inflación anual más baja, con 2,11%; México, la más alta con 3,78%; y Chile presenta una inflación de 2,57%. En la imagen 16 se puede identificar que Colombia presenta la inflación más alta de los cuatro países, seguida muy de cerca por la de México, y que Perú es la economía con mejor comportamiento en términos de inflación. Según el análisis de *La República* (Monterrosa, 2019), México es el país donde más aumentaron los precios de bienes y servicios para el séptimo mes de 2019. A pesar de esto, se puede apreciar que México presenta una tendencia a la baja, al ser este el resultado de inflación más bajo desde 2016.

La tensión entre Estados Unidos y China ha generado incertidumbre en los mercados globales. De continuar esta situación, es probable que el dólar se siga fortaleciendo frente a las monedas de los países de la Alianza del Pacífico, dado que los inversionistas preferirán salir de activos en mercados emergentes para refugiarse en activos seguros como el dólar, lo que eventualmente podría conducir a una mayor inflación, especialmente en los productos importados (Monterrosa, 2019).

Imagen 16

Inflación en los países de la Alianza del Pacífico



Nota: imagen tomada de La República (2019)

3.2.5 Reintegro de divisas

Toda exportación genera la obligación de reintegrar los dineros provenientes de dicha venta. Este reintegro se debe tramitar a través de intermediarios cambiarios tales como bancos comerciales y otras entidades financieras. De acuerdo con el Banco de la República (2016), los principales medios autorizados para recibir el pago de una exportación de bienes son los siguientes:

- En divisas, con venta a los intermediarios del mercado cambiario o mediante su ingreso a una cuenta de compensación del exportador. Si es en divisas, se debe

hacer la declaración de cambio por exportaciones de bienes mediante el formulario del anexo 1 (este formulario puede cambiar de formato según el banco). Si se hace desde la cuenta de compensación, se debe diligenciar el formulario que contenga la información sobre los movimientos de la cuenta (anexo 2).

- b. Reintegros en moneda colombiana, mediante la transferencia de los recursos desde la cuenta en moneda colombiana abierta en el país por el comprador del exterior. En este caso, dentro de los cinco días hábiles siguientes el exportador debe presentar el formulario “Declaración de Cambio por Exportaciones de Bienes” (anexo 1) ante la entidad financiera en la que se efectuó esta operación.

Según el Banco Central de Reserva de Perú (2020), el mercado cambiario está respaldado por la Constitución Política de este país en su artículo 64, en la que el Estado garantiza la libre tenencia y disposición de moneda extranjera y la respalda con la Resolución Cambiaria No. 007-91-EF-90; el Decreto Legislativo No. 668, que establece la Ley Marco del Comercio Exterior; el Decreto Supremo No. 068-91-EF en sus artículos 1 y 2, que permite la libre tenencia, uso y disposición interna y externa de moneda extranjera y un tipo de cambio para operaciones de moneda extranjera fijado por la oferta y la demanda. Así mismo, el Decreto Supremo No. 162-92-EF, sobre Regímenes de Garantía a la Inversión Privada, en su título preliminar sobre Estabilidad Jurídica del Régimen Económico hace referencia también al derecho a la no discriminación entre inversionistas y empresas, atendiendo a la nacionalidad de los mismos, entre otras materias, para los asuntos cambiarios y el derecho a la libertad de comercio exterior.

3.2.6 Competencia local e internacional

De acuerdo con la información encontrada en Legiscomex (2019), entre julio de 2018 y junio de 2019 Colombia presentaba para la partida 34070020 exportaciones por valor de US\$44.862. Las empresas exportadoras y los importadores se pueden ver a continuación en la tabla 12.

Tabla 12

Exportadores desde Colombia de ceras para uso dental

Código de partida: 34070020		Ceras para odontología, presentadas en conjuntos o en surtidos, en envases para la venta al por menor o en plaquitas, herraduras, barritas o formas similares.				
Razón social actual Exportador	Municipio	Razón social del importador	País de destino	Ciudad País Destino	Cantidad (Kg)	Valor FOB (USD)
PLACECOL S.A.	MEDELLÍN	ORTHODENTALUSA CORP	ESTADOS UNIDOS	MIAMI	72 \$	657
STODENT INT LIMITADA	BOGOTÁ, D.C.	DROGUERIA DENTAL BETTY EIRL	PERÚ	LIMA	41,7 \$	3.705
DENTALES Y HOSPITALARIOS AQUILES S.A.S.	MEDELLÍN	DISTRIBUIDORA MEDICO DENTAL	ECUADOR	QUITO	15 \$	694
DENTALES Y HOSPITALARIOS AQUILES S.A.S.	MEDELLÍN	DISTRIBUIDORA MEDICO DENTAL	ECUADOR	QUITO	3 \$	377
DISMADEN S.A.S.	CALI	IMPORTADORA DENTAL ARBOLEDA ODONTOECUADOR C.A.	ECUADOR	GUAYAQUIL	38,5 \$	1.720
GRUPO DE MARCAS S.A.S	CÚCUTA	IMPORTADORA DENTAL ARBOLEDA	ECUADOR	GUAYAQUIL	675 \$	7.110
PLACECOL S.A.	MEDELLÍN	ORTHODENTALUSA CORP	ESTADOS UNIDOS	MIAMI	11 \$	194
C.I. EXPORDENT S.A.	MEDELLÍN	MEDICUBA S.A	CUBA	LA HABANA	334 \$	19.250
STODENT INT LIMITADA	BOGOTÁ, D.C.	DENTAL BETTY E I R L	PERÚ	LIMA	31,82 \$	6.800
DISMADEN S.A.S.	CALI	IMPORTADORA DENTAL ARBOLEDA ODONTOECUADOR CA	ECUADOR	GUAYAQUIL	28,1 \$	1.560
GRUPO DE MARCAS S.A.S	CÚCUTA	DISTRIDENTAL S.A.	ECUADOR	GUAYAQUIL	92,18 \$	2.797

Nota: tabla de elaboración propia, a partir de Legiscomex (2019).

Competencia local e internacional en Perú. Para las importaciones de Perú, en la base de datos de Legiscomex (2019) se filtraron aquellas descripciones relacionadas con los productos que produce BonDent. De este ejercicio se obtuvo la tabla 13, que muestra, en orden de importaciones, los mercados proveedores de Perú. En esta tabla se puede identificar que los principales mercados proveedores de Perú son Italia, Suiza y Alemania.

Para el caso de Colombia, encontramos que la empresa exportadora es Stodent Int Ltda., con sede en Bogotá, que le vende a Droguería Dental Betty Eirl, localizada en Lima.

Tabla 13

Mercados proveedores de ceras de uso dental para Perú en 2018

País	Cantidad importada (kg)	Valor CIF USD	Valor FOB USD
Italia (UE)	117.419	\$ 941.399	\$ 899.144
Suiza	18.369	\$ 217.934	\$ 216.135
Alemania	11.802	\$ 203.348	\$ 191.301
China	25.527	\$ 92.383	\$ 82.172
Brasil	4.175	\$ 85.536	\$ 83.896
Argentina	2.117	\$ 70.878	\$ 68.254
Usa	632	\$ 50.552	\$ 48.818
España	1.471	\$ 20.155	\$ 19.192
México	1.813	\$ 8.549	\$ 7.830
Colombia	42	\$ 4.151	\$ 3.705
Corea del Sur	144	\$ 2.775	\$ 2.721
Total	183.511	\$ 1.697.659	\$ 1.623.168

Nota: tabla de elaboración propia, a partir de Legiscomex (2019).

Como complemento de la información de la tabla anterior, en la tabla 14 se muestran las razones sociales que efectuaron el 80% de las importaciones relacionadas en la tabla anterior.

Tabla 14*Principales importadores de cera de uso odontológico en Perú*

Importador: NIT y razón social	Cantidad importada (kg)	Valor CIF USD	Valor FOB USD	Porcentaje
20100579228 E. B. Pareja Lecaros S.A.	83.377	\$ 727.170	\$ 690.360	43%
20600160835 Odontogama Importaciones Sociedad Anónima	20.945	\$ 243.241	\$ 240.955	15%
20100024862 A. Tarrillo Barba S.A.	33.343	\$ 233.499	\$ 227.743	14%
20374619897 A-Interdent Inversiones Pajuelo S.R.L.	6.349	\$ 119.157	\$ 113.429	7%

Nota: tabla de elaboración propia, a partir de Legiscomex (2019).

Competencia local e internacional en México. En la tabla 15 se muestran a continuación los principales mercados proveedores de ceras de uso dental en México, donde se puede apreciar que los principales países exportadores a este mercado son Países Bajos, Estados Unidos y China.

La información contenida en esta tabla es de carácter general y corresponde a la partida 34070002 (partida para las importaciones de cera de uso odontológico en México), ya que en la base de datos de Legiscomex no se logró obtener las descripciones de la mercancía importada ni la razón social de los importadores, tal y como se hizo en el caso de Perú.

Tabla 15*Mercados proveedores de ceras de uso dental para México en 2018*

País proveedor	Cantidad importada (kg)	Valor CIF USD
Otros países	1.472.693	\$ 681.354
Países Bajos (UE)	85.761	\$ 434.959
Estados Unidos	3.097.924	\$ 375.908
China	769.384	\$ 234.597
Alemania (UE)	450.080	\$ 224.833
República Checa	5.840	\$ 46.361
Italia (UE)	10.854	\$ 9.889
Japón	2.070	\$ 6.731
Canadá	2.287	\$ 5.640
Brasil	3.231	\$ 252
Suiza	67	\$ 194
Reino Unido (UE)	206	\$ 191
Corea del Sur	120	\$ 57
Malasia	31.999	\$41
Total general	5.932.516	\$ 2.021.007

Nota: tabla de elaboración propia, a partir de Legiscomex (2019).

En la tabla 16 se muestran a continuación algunas razones sociales importadoras en México.

Tabla 16*Algunos importadores de equipos y suministros para dentistas*

Nombre de la empresa	Ciudad	Información de contacto
American Orthodontics México, S. de R.L. de C.V.	Montemorelos	Camino al Vapor 202 local 12 Colonia Zambrano Montemorelos - Nuevo León México C.P. 67512 Teléfono: +52 (826) 26-35449 csmexico@americanortho.com
Lancer Orthodontics de México, S.A. de C.V.	Mexicali	Saturno # 20 Parque Industrial Mexicali, Alamitos, C.P. 21210. Tel. 65658400. Mexicali, Baja California adiaz@lancerortho.com
Ormex, S. de R.L. de C.V.	Uman	Ejecutivos David Jesús Alpizar Carrillo (Administrador) Teléfono +52 9999304854
Ortodoncia Diseño Producción S.A. de C.V.	Tecate	Ejecutivo Richard Bryant (President) Teléfono +52 6655213163

Nota: tabla de elaboración propia, a partir de Trade Map (2018).

Competencia local e internacional en Chile. En la tabla 17 se muestra los principales mercados proveedores de ceras en Chile. En dicha tabla se puede apreciar que los principales países exportadores a este mercado son España, Brasil y Alemania. Al igual que en el caso de Perú, esta tabla contiene información relacionada únicamente con los registros con una descripción de la mercancía importada similar a los productos que se desea exportar.

Tabla 17*Mercados proveedores de ceras de uso dental para Chile en 2018*

País proveedor	Cantidad (kg)	Valor CIF USD
España (UE)	202.322	\$ 232.660
Brasil	65.068	\$ 164.954
Alemania (UE)	14.801	\$ 101.617
Estados Unidos	12.912	\$ 95.130
Argentina	5.446	\$ 32.553
Italia (UE)	48.606	\$ 31.363
Bélgica (UE)	4.035	\$ 24.740
República Checa (UE)	2.257	\$ 23.318
India	4.922	\$ 11.174
Reino Unido (UE)	808	\$ 6.684
Japón	2.944	\$ 5.092
China	4.019	\$ 3.698
Eslovenia (UE)	589	\$ 2.350
Austria (UE)	101	\$ 903
Taiwán	47	\$ 847
Total	368.877	\$ 737.083

Nota: elaboración propia, a partir de Legiscomex (2019).

3.2.7 Potencial del tamaño del mercado

El mercado peruano para las ceras es bastante competido, tal y como se mostró anteriormente; sin embargo, se considera un mercado atractivo para los productos de BonDent, ya que en el período comprendido entre julio de 2018 y junio de 2019 Perú importó por lo menos 183.511 kilogramos de ceras de uso odontológico, con un costo cerca de US\$1,7 millones.

3.2.8 Entorno legal y regulatorio

Existe un acuerdo comercial común entre Colombia, Chile, México y Perú. Este acuerdo es la Alianza del Pacífico, ya mencionada, que constituye un mecanismo de integración económica y comercial basado en cuatro pilares: libre movilidad de bienes, servicios, capitales y personas. Esta alianza fue establecida en abril de 2011 y entró en vigencia en julio de 2015, y su protocolo comercial entró en vigencia en mayo de 2016 (Cancillería de Colombia, 2020).

La iniciativa económica y de desarrollo fue lanzada en 2011, para crear una nueva forma de hacer negocios e incentivar las inversiones y el comercio, especialmente con Asia (Portafolio, 2019). Este grupo se ha convertido además en un mecanismo de articulación política y económica, y de cooperación e integración para impulsar mayor crecimiento y competitividad entre sus cuatro integrantes.

Según *Portafolio* (2019), el grupo estima duplicar el comercio dentro de la Alianza, a través de encadenamientos productivos y de incorporar a las pequeñas y medianas empresas (pymes), así como impulsar la apertura comercial sin aranceles, barreras sanitarias ni obstáculos técnicos, con homologación de estándares y el fortalecimiento de la participación de pymes.

Entorno legal y regulatorio con Perú. Existen dos acuerdos adicionales al de la Alianza del Pacífico en el que Colombia y Perú tienen participación. El primero es el Acuerdo Comercial entre la Unión Europea (2012), Colombia y Perú, el cual tiene vigencia desde el primero de marzo de 2013, según el Ministerio de Comercio Industria y Turismo

(MinCIT, 2019a). Este acuerdo busca incrementar el nivel de relaciones de estos países suramericanos con la UE. El segundo acuerdo se da con posterioridad a la firma de este Tratado. Ecuador, que había participado inicialmente y que se retiró en el curso de las negociaciones, manifestó su intención de reanudarlas en 2013. El acuerdo entonces se firmó entre la UE, Colombia, Perú y Ecuador, con vigencia desde el primero de enero de 2017.

Ambos acuerdos modifican la relación comercial entre la UE y estos tres países andinos, y su objetivo es la apertura de mercados a bienes, servicios, contratación pública e inversiones; así mismo, elimina los aranceles en productos industriales y pesqueros, mientras los productos agrícolas se ven beneficiados por privilegios arancelarios.

Entorno legal y regulatorio con México. Al igual que en el caso de Perú, Colombia también tiene un tratado de libre comercio con México, que es anterior a la Alianza del Pacífico y que está vigente desde el primero de junio de 1995 (MinCIT, 2019b).

Según Legiscomex (2019), el acuerdo le permite a México ampliar las exportaciones de tráileres, remolques, poliestirenos y bebidas no alcohólicas, entre otros. Mientras que a Colombia le permite exportar azúcar, concentrados de café, aceite de palma, galletas, confitería y cigarrillos, principalmente.

Entorno legal y regulatorio con Chile. También existe con este país un tratado de libre comercio previo al de la Alianza del Pacífico, que fue suscrito el 27 de noviembre de 2006, y está vigente desde el 8 de mayo de 2009 (Portafolio, 2019). Mediante este acuerdo, y con base en el Acuerdo de Complementación Económica ACE No 24 que existía desde 1994, Colombia consolidó las relaciones económicas con Chile (MinCIT, 2008).

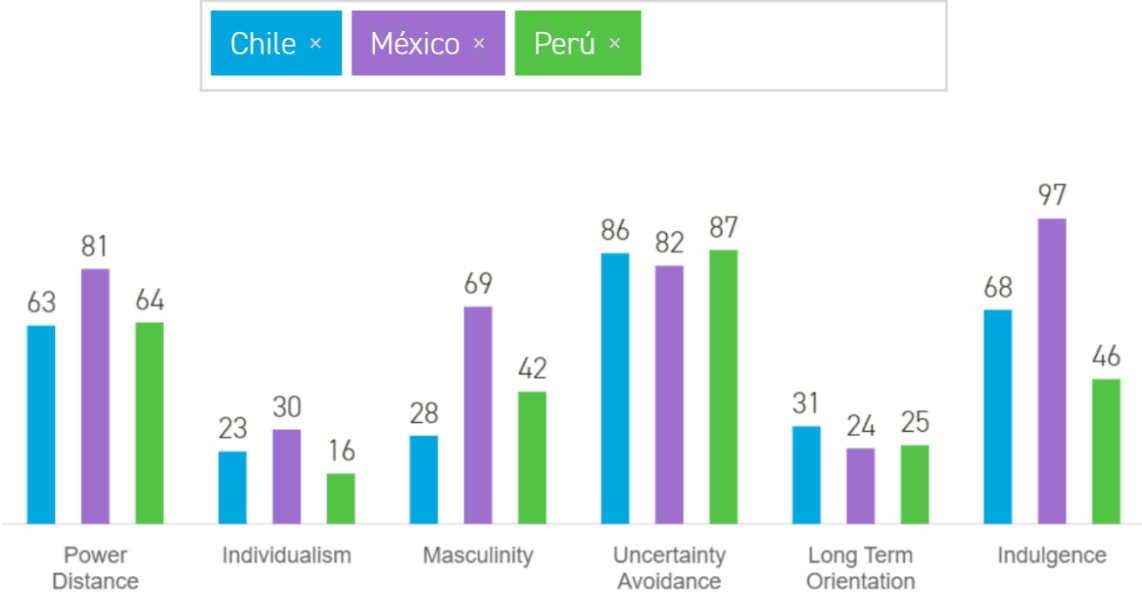
El acuerdo con Chile profundizó en instrumentos de protección a la producción nacional, buscó evitar imponer barreras injustificadas al comercio argumentando razones sanitarias, y se negoció un mecanismo de solución de controversias y se simplificaron los procedimientos para la importación de mercancías.

3.2.9 Entorno cultural

Para evaluar el entorno cultural de los mercados potenciales se usará el modelo de las seis dimensiones de Hofstede (2019): distancia al poder, individualismo, masculinidad, aversión a la incertidumbre, orientación a largo plazo e indulgencia. Este modelo sirve para identificar los patrones culturales y las discrepancias de comportamiento. Estas dimensiones son las que se presentan a continuación en la imagen 17.

Imagen 17

Comparación del entorno cultural de Perú, México y Chile



Nota: información obtenida de Hofstede Insights (2019).

- **Distancia al poder:** se refiere al grado de aceptación de las diferencias de poder o de igualdad. En culturas con poca distancia al poder se tiene un poder más equitativo entre las personas, y tienden a avanzar más en campos tales como la educación, la economía, etc.
- **Individualismo:** define el nivel en el que los individuos se integran en la sociedad y el sentimiento de pertenencia al grupo. En una sociedad con alto individualismo, los individuos tienden a preocuparse de sí mismos y de su familia más cercana.
- **Masculinidad:** un puntaje alto (masculino) en esta dimensión indica que la sociedad será impulsada por la competencia, el logro y el éxito, y el éxito será definido por el ganador/mejor en el campo y por un sistema de valores que comienza en la escuela y continúa durante toda la vida organizacional. Un puntaje bajo (femenino) en la dimensión significa que los valores dominantes en la sociedad son el cuidado de los demás y la calidad de vida.
- **Aversión a la incertidumbre:** explica cómo una sociedad se siente al manejar situaciones desconocidas. Según Hofstede, un país con una alta aversión a la incertidumbre, por ejemplo Japón, Grecia y Rusia, tratará de evitar riesgos y situaciones desestructuradas o que se salgan de lo habitual. Dichos países son más emocionales, suelen reforzar la seguridad con leyes estrictas y, a un nivel filosófico y religioso, creen en una verdad absoluta. Por el contrario, los países con baja aversión a la incertidumbre, como Jamaica y Singapur, suelen ser más reflexivos,

tolerantes y relativistas, la incertidumbre es aceptada como parte de la vida y las personas son generalmente más relajadas y flexibles ante situaciones desconocidas.

- **Orientación a largo plazo:** son sociedades normativas. Los que obtienen puntajes bajos en esta dimensión prefieren, por ejemplo, mantener tradiciones y normas tradicionales, mientras observan el cambio social con recelo. Por otro lado, aquellos con una cultura con puntajes altos adoptan un enfoque más pragmático, y alientan el ahorro y los esfuerzos en la educación moderna como una forma de prepararse para el futuro.
- **Indulgencia:** esta dimensión se define como la medida en que las personas intentan controlar sus deseos e impulsos en función de la forma en que fueron criados. El control relativamente débil se llama “indulgencia” y el control relativamente fuerte se llama “restricción”. Por lo tanto, las culturas pueden describirse como indulgentes o restringidas.

Entorno cultural de Perú. En general, las estructuras organizacionales de las empresas en Perú son bastante piramidales y con tendencia a la centralización de las decisiones. Del mismo modo, hay mayores proporciones de personal de supervisión y de diferencias salariales. Los subordinados todavía perciben a los superiores como de difícil acceso y no confían en ellos. Los superiores consideran que los subordinados son de un tipo diferente y piden respeto, especialmente si estos últimos son de origen negro o indígena (imagen 18).

Imagen 18

Entorno cultural de Perú



Nota: información obtenida de Hofstede Insights (2019).

Las personas peruanas encuentran atractivas a las grandes empresas, y generalmente los trabajadores de nivel operativo, muestran compromiso y buen desempeño. Los gerentes respaldan puntos de vista más tradicionales, y solo poco a poco comienzan a apoyar la iniciativa de los empleados y la actividad grupal. En general, aspiran a la conformidad y prefieren tener seguridad en lugar de tener autonomía en su posición.

Perú es una sociedad más bien femenina. Para los expatriados, los locales son distantes o francamente perezosos. La razón real es que los lugareños tienen una motivación al logro más débil, tienen preferencia por los contactos humanos y la familia por sobre el reconocimiento o la riqueza, y grandes sectores de la población le dan un papel marginal al trabajo.

Estas sociedades muestran una fuerte necesidad de reglas y sistemas legales elaborados para estructurar la vida; sin embargo, la necesidad del individuo de obedecer estas leyes es débil, la corrupción está muy extendida y el mercado negro es considerable.

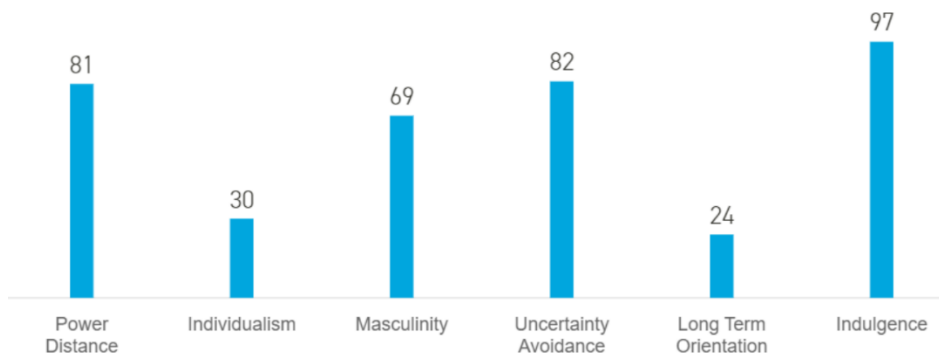
La cultura peruana es más normativa que pragmática. Las personas tienen una fuerte preocupación por establecer la verdad absoluta, y son normativos en su pensamiento.

Exhiben un gran respeto por las tradiciones, una propensión relativamente pequeña a ahorrar para el futuro y un enfoque en lograr resultados rápidos.

Entorno cultural de México. México es una sociedad jerárquica. Esto significa que las personas aceptan un orden jerárquico en el que todos tienen un lugar y que no necesita más justificación. Se considera que la jerarquía en una organización refleja desigualdades inherentes, la centralización es popular, los subordinados esperan que se les diga qué hacer y el jefe ideal es un autócrata benevolente (imagen 19).

Imagen 19

Entorno cultural de México



Nota: información obtenida de Hofstede Insights (2019).

México se considera una sociedad colectivista. Esto se manifiesta en un compromiso cercano a largo plazo con el ‘grupo’ de miembros, ya sea una familia, una familia extensa o relaciones extendidas. La lealtad es primordial. La sociedad fomenta relaciones sólidas donde todos se responsabilizan por los miembros de su grupo. Las relaciones entre empleadores y empleados se perciben en términos morales (como un vínculo familiar), las decisiones de contratación y promoción tienen en cuenta el grupo del empleado y la gestión es la gestión de grupos.

La sociedad mexicana es masculina. Las personas “viven para trabajar”, y se espera que los gerentes sean decisivos y firmes. El énfasis está en la equidad, la competencia y el rendimiento, y los conflictos se resuelven luchando contra ellos.

Existe una necesidad emocional de reglas (incluso si las reglas nunca parecen funcionar). El tiempo es dinero, las personas tienen un impulso interno de estar ocupadas y trabajar duro. La precisión y la puntualidad son la norma, la innovación puede ser no aceptada con facilidad y la seguridad es un elemento importante en la motivación individual.

La cultura mexicana es normativa. Las personas tienen una fuerte preocupación por establecer la verdad absoluta, son normativas en su pensamiento. Exhiben un gran respeto por las tradiciones, una propensión relativamente pequeña a ahorrar para el futuro y un enfoque en lograr resultados rápidos.

Esta cultura tiene una clara tendencia hacia la indulgencia. Las personas en sociedades clasificadas con un alto puntaje en indulgencia generalmente exhiben la voluntad de darse cuenta de sus impulsos y deseos con respecto a disfrutar de la vida y divertirse. Poseen una actitud positiva y tienen tendencia al optimismo; además, le otorgan un mayor grado de importancia al tiempo libre, actúan a su antojo y gastan el dinero que deseen.

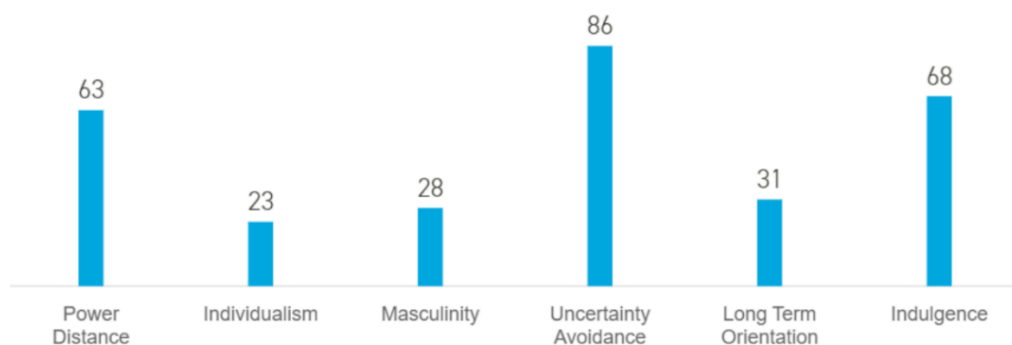
Entorno cultural de Chile. Si bien Chile tiene puntajes más bajos en distancia al poder que la mayoría de los demás países latinoamericanos, todavía ocupa una posición de intermedia a alta en esta dimensión. Los arreglos organizacionales muestran pirámides más

altas, y bajos grados de delegación. Están presentes tanto una estructura social jerárquica como clases sociales bastante rígidas.

Hoy por hoy, los empleados administrativos y también el personal operativo, tienden a buscar más autonomía y variedad en sus puestos, y no dudan en cambiar de empleador. Estos cambios pueden esperarse, dado el notable aumento del PIB de Chile y el hecho de que el desarrollo económico fomenta el individualismo; sin embargo, algunas prácticas paternalistas aún se mantienen, particularmente fuera de Santiago (imagen 20).

Imagen 20

Entorno cultural de Chile



Nota: información obtenida de Hofstede Insights (2019).

Lejos de ser arrogantes, tanto los hombres como las mujeres chilenos muestran un comportamiento o una actitud modestos. En los países femeninos, la atención se centra en “trabajar para vivir”. Las personas necesitan tener un sentido de “pertenencia” dentro de un grupo social, valoran los cálidos vínculos interpersonales y buscan tácitamente la aprobación de su grupo. En consecuencia, tienden a ser miembros del equipo de apoyo y los gerentes se esfuerzan por lograr el consenso. Las personas valoran la igualdad, la solidaridad y la calidad en sus vidas laborales. Los conflictos se resuelven mediante compromiso y negociación. Se favorecen incentivos como el tiempo libre y la flexibilidad.

Esta sociedad muestra una fuerte necesidad de reglas y sistemas legales elaborados para estructurar la vida. Contrariamente a la práctica general en otros países latinoamericanos, Chile muestra índices de corrupción bastante bajos. En línea con su alto puntaje de evitación de incertidumbre y, en cierta medida, también fomentado por su pasado autoritario, encontrará una gran dependencia de los expertos y las autoridades, particularmente entre los empleados no administrativos.

Chile tiene una cultura normativa. Las personas en tales sociedades tienen una fuerte preocupación por establecer la verdad absoluta; son normativos en su pensamiento. Exhiben un gran respeto por las tradiciones, una propensión relativamente pequeña a ahorrar para el futuro y un enfoque en lograr resultados rápidos.

Este país tiene una orientación relativamente indulgente. Las personas en sociedades clasificadas por un alto puntaje en indulgencia por lo general exhiben voluntad de darse cuenta de sus impulsos y deseos respecto a disfrutar la vida y divertirse. Poseen una actitud positiva y tienen tendencia al optimismo. Además, le otorgan mayor grado de importancia al tiempo libre, actúan a su antojo y gastan el dinero que deseen.

Mercado objetivo

Mediante el uso de la matriz de inteligencia de mercados de ProColombia (2020), desarrollada en la tabla 18, y a partir de la evaluación de los diferentes aspectos relacionados con los tres países hasta ahora estudiados, se llegó a que el país con mayor puntaje es México; sin embargo, después de analizar y discutir el resultado, se determinó con el Gerente de BonDent que el país en el que nos vamos a enfocar a partir de este momento es Perú.

Tabla 18. Matriz de inteligencia de mercados

Partida arancelaria		3407.00.			Producto			CERAS DE USO ODONTOLOGICO								
Tipo de Variable	VARIABLE	HEBLA A. (País calificado) B. (Calificación alta) C. (País a calificar)	Paso a paso	País			País			País			País			
				Perú	P	C	R	México	P	C	R	CHILE	P	C	R	
Internacional	Importaciones 2018 de la partida arancelaria (MILES DE DOLARES)	B*CA	www.trademap.org -> Registrarse -> Importaciones -> Single: Partida arancelaria -> País: Investigado -> Socio: ninguna opción -> Indicadores	1.698	5,00%	4,2009	0,210045	2.021	5,00%	5	0,25	737	5,00%	1,8234	0,0912	
	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2014 y 2018 (%)			16%	4,00%	5	0,2	5%	4,00%	1,56	0,0625	14%	4,00%	4,375	0,175	
	Tasa de crecimiento de las cantidades importadas entre 2014 y 2018 (%)			20%	4,00%	1,8519	0,074074	6%	4,00%	0,56	0,0222	54%	4,00%	5	0,2	
	Participación de las importaciones (ppal proveedor %)	A*BIC		63,8%	4,00%	2,8527	0,114107	36,4%	4,00%	5	0,2	52,5%	4,00%	3,4667	0,1387	
	Participación de las importaciones de Colombia en el mercado pre seleccionado	B*CA		1,5%	5,00%	0,974	0,048701	7,7%	5,00%	5	0,25	1,4%	5,00%	0,9091	0,0455	
	Exportaciones Colombianas al país pre seleccionado MILES DE USD			1.588.814	5,00%	4,4848	0,224239	1.771.343	5,00%	5	0,25	1.419.415	5,00%	4,0066	0,2003	
	Participación del país pre seleccionado en las exportaciones de Colombia			2,80%	5,00%	3,5897	0,179487	4%	5,00%	5	0,25	2,8%	5,00%	3,5897	0,1795	
	Saldo comercial Partida arancelaria frente al país pre-seleccionado (Miles USD)	B*CA, si el saldo comercial es negativo se califica 0		10	4,00%	0,2174	0,008636	13	4,00%	0,28	0,0113	230	4,00%	5	0,2	
	Tasa de crecimiento de los valores exportados respecto al país pre-seleccionado (%) 2017 - 2018			5%	4,00%	1,6667	0,066667	7%	4,00%	2,33	0,0933	15%	4,00%	5	0,2	
	Tasa de crecimiento de las cantidades exportadas respecto al país pre-seleccionado (%)			0%	4,00%	0	0	0,0%	4,00%	0	0	-5,0%	4,00%	0	0	
Acceso al mercado	Arancel General	A*BIC	W/W.MACMAP.ORG -> Búsqueda rápida -> Encontrar aranceles ->	0,00%	5,00%	5	0,25	0,0%	5,00%	5	0,25	6,0%	5,00%	0	0	
	Arancel Preferencial		0,0%	5,00%	5	0,25	0,0%	5,00%	5	0,25	4,8%	5,00%	0	0		
	Impuestos adicionales (IVA, Otros)		www.icex.es -> Servicios destacados -> Estudios de mercado -> Filtrado de documentación -> Elegir país -> Sector: ninguno -> Título: GUIA PAIS -> Categoría: ninguna -> Descargar ->	18,005%	4,00%	4,4432	0,177728	16%	4,00%	5	0,2	25%	4,00%	3,2	0,128	
	Requisito de Origen	Nota alta si el producto cumple los REDe exigidos por el otro país. También se otorga una nota alta si el país deseado no impone REOS o impone pocos REOS. www.intracredbid.org/ -> Inicio -> Acceso preferencial a los mercados -> Reglas de origen -> Buscar país -> Ingrese el capítulo, partida o subpartida -> Consultar	Cambio de partida, o que valor CIF puerto de destino o CIF puerto marítimo de los materiales no originarios no exceda del 50% del valor FOB de exportación de las mercancías.	4,00%	5	0,2	Un cambio a la subpartida 3407.00 de cualquier otra subpartida, cumpliendo con un contenido regional no menor a 50%.	4,00%	5	0,2	Un cambio a la partida 34.01 a 34.07 desde cualquier otra partida; o No se requiere un cambio de clasificación arancelaria a la partida 34.01 a 34.07, cumpliendo con un valor de contenido regional no menor a 50%.	4,00%	5	0,2		

Partida arancelaria		3407.00.			Producto			CERAS DE USO ODONTOLOGICO								
Tipo de Variable	VARIABLE	REGLA A. (País calificado) B. (Calificación alta) C. (País a calificar)	Paso a paso	País			País			País			País			
				Perú	P	C	R	México	P	C	R	CHILE	P	C	R	
Logística	Tiempo de Transito	A*B/C	www.colombiatrade.com.co -> Herramientas para el exportador -> Perfiles Logísticos de Exportación -> escoger país a investigar -> visualice perfil completo	2	4,00%	5	0,2	4	4,00%	2,5	0,1	7	4,00%	1,429	0,051	
	Número de días para la importación (doing business)		http://espanol.doingbusiness.org -> Explorar datos -> Seleccione una economía -> Comercio transfronterizo	2	5,00%	2,5	0,125	1	5,00%	5	0,25	2	5,00%	2,5	0,125	
	Costo promedio Importación		http://espanol.doingbusiness.org -> Explorar datos -> Simulador de distancia a la frontera -> Comercio transfronterizo	USD 80	5,00%	3,125	0,15625	USD 100	5,00%	2,5	0,125	USD 50	5,00%	5	0,25	
	Frecuencias		B*C/A	www.colombiatrade.com.co -> Herramientas para el exportador -> Perfiles Logísticos de Exportación -> escoger país a investigar -> visualice perfil completo	6	4,00%	1,765	0,07059	17	4,00%	5	0,2	9	4,00%	2,647	0,106
Macroeconómicas	PIB (US\$ millones)	B*C/A	www.cia.gov -> ingresar por "World Factbook"-> escoger el país en "select country or location"-> desplegar la pestaña de "Economy"-> copiar dato de "GDP (purchasing power parity)"	430.300,00	4,00%	0,874	0,03494	2.463.000,00	4,00%	5	0,2	452.100,00	4,00%	0,918	0,031	
	PIB per capita (US\$)		www.cia.gov -> ingresar por "World Factbook"-> escoger el país en "select country or location"-> desplegar la pestaña de "Economy"-> copiar dato de "GDP - per capita (PPP)"	13.500,00	4,00%	3	0,10976	19.900,000	4,00%	4	0,162	24.600,000	4,00%	5	0,2	
	Inflación	A*B/C	www.cia.gov -> ingresar por "World Factbook"-> escoger el país en "select country or location"-> desplegar la pestaña de "Economy"-> copiar dato de "inflation rate (consumer prices)"	2,80%	4,00%	3,929	0,15714	6,0%	4,00%	1,8	0,073	2,2%	4,00%	5	0,2	
	Población	B*C/A	www.cia.gov -> ingresar por "World Factbook"-> escoger el país en "select country or location"-> desplegar la pestaña de "People"-> copiar dato de "Population"	31.331.228	4,00%	1	0,04975	125.959.205	4,00%	5	0,2	17.925.262	4,00%	0,712	0,026	
Políticas	Riesgo de no pago	A1(5) A2(4) A3(3) A4(2) B(1) C(0.5) D(0) E(0)	www.colface.com -> "select a country" -> copiar dato de "country risk assessment"	A4	4,00%	2	0,08	B	4,00%	1	0,04	A3	4,00%	3	0,12	
TOTAL					100,00%	2,99			*****	3,64		*****	2,88			

A1: La situación política y económica muy estable influye de forma favorable en el comportamiento de pago de las empresas, en general, bueno. La probabilidad de impago es muy débil.
A2: La probabilidad de impago sigue siendo poca aunque el entorno económico y político del país o el comportamiento de pago de las empresas del país sea un poco peor que en los países con calificación A1.
A3: El comportamiento de pago en general menos bueno que en las anteriores categorías podría estar afectado por una modificación del entorno económico y político del país, incluso si la probabilidad de que esto lleve a un impago siga siendo poco elevada.
A4: El comportamiento de pago a menudo bastante medio podría además quedar afectado por un entorno económico y político que podría deteriorarse, la probabilidad de que esto lleve a un impago es aceptable.
B: Un entorno económico y político inseguro es susceptible de afectar a los comportamientos de pago a menudo mediocres.
C: El entorno económico y político del país muy inseguro podría deteriorar un comportamiento de pago ya normalmente muy malo.
D: Entorno económico y político del país que presenta un riesgo muy elevado que agravará los comportamientos de pago en general deplorables.

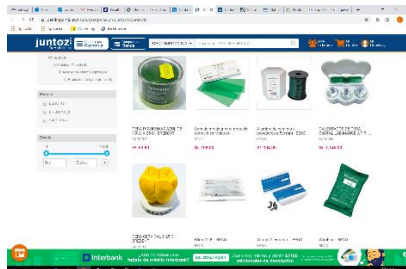
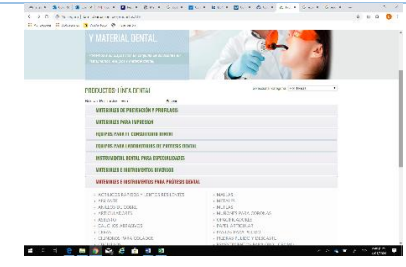
Nota: tabla elaborada a partir de la matriz de inteligencia de mercados de ProColombia (2019).

3.2.10 Presencia de distribuidores o intermediarios

En el mercado peruano se encuentran varias empresas bien posicionadas que cuentan en algunos casos con una red de distribuidores y que podrían ser clientes objetivo de BonDent. Al darles una mirada a los productos que comercializan, se puede identificar una gran variedad de equipos, instrumentos y materiales de uso odontológico que, aunque no necesariamente incluyen ceras dentro de sus catálogos de productos, la posibilidad de adicionarlas podría ser de interés para dichas empresas (tabla 19).

Tabla 19

Distribuidores o intermediarios en Perú

Empresa	Página web	E-mail/tel.	
Dentoshop	https://www.dentoshop.pe/products/search?utf8=%E2%9C%93&search=cera	info@dentoshop.pe ventas@dentoshop.pe Tel. (+511) 4219451	
Dent Import	http://www.dentimport.com.pe/ https://dentimport.juntoz.com/categorias/productos-laboratorio	informes@dentimport.com.pe Tel. (+511) 411-0600	
Comindent	http://comindent.com.pe/dental/tecnico-dental/materiales/	comindent@comindent.com.pe Tels. (+511) 428 5171 / 427 2551 / 428 6429 / 428 5068 / 426 0643	
Tarrillo Barba	http://www.tarrilobarba.com.pe/productos/LD/	info@tarrilobarba.com.pe Tel. (+511) 205-7700	

3.2.11 Talento humano

En materia de educación, según los resultados de las pruebas PISA 2018 realizadas por la OCDE, Perú ocupa el puesto 64 de 79 países (Gestión Perú, 2018), que corresponde

al último lugar dentro de los países suramericanos, y está solo cinco puestos por debajo de Colombia. La calidad educativa es un objetivo del Estado peruano, por lo que ha creado e implementado varios programas y normas que definen los criterios, estándares y procesos de evaluación, acreditación y certificación en el país, y para el 2019 incrementó en un 30% el presupuesto para inversión en infraestructura educativa (Andina, 2018).

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) citado por Panam Post (Junio 2019), durante el 2018 el desempleo en Perú aumentó en un 5,5%, llegando a alcanzar en Lima el 8,1%. Esta situación se ha visto agravada por el crecimiento exponencial de la migración venezolana.

El salario mínimo en Perú es llamado remuneración mínima vital (RMV) y, al igual que en Colombia, está asociado a una jornada completa de 8 horas diarias, o 48 horas semanales. A partir de abril de 2018 la RMV es de S/930, que representó un incremento del 9,4% (Gestión Perú, 2019).

3.2.12 Infraestructura de Perú

En el Índice Global de Competitividad (IGC) del Foro Económico Mundial para el 2019, Perú es ubicado en el puesto 88 entre 141 países en el pilar de infraestructura. Como referencia, Colombia ocupa el puesto 81, y Argentina, el puesto 68. Este pilar comprende la evaluación de los componentes de carreteras, aeropuertos, puertos, ferrocarriles, agua, energía y telecomunicaciones (Deloitte, 2019).

En cuanto al sistema de transporte, Perú cuenta con una infraestructura portuaria compuesta por catorce puertos ubicados en el litoral Pacífico, donde el principal es el

puerto de Callao. En transporte aéreo, el país cuenta con 211 pistas ubicadas a lo largo del territorio, de las cuales solo 58 están pavimentadas. Entre estas, hay varios aeropuertos internacionales diseñados para el manejo de carga, manejo de valores y nacionalización, ubicados en ciudades principales como Lima, Arequipa, Cuzco, Trujillo, Puerto Maldonado y Chiclayo (ProColombia, 2019).

La conectividad y el acceso a internet es limitado. Tan solo el 48,7% de la población total tiene acceso; 58,2% en la zona urbana y el 15,4% en la zona rural. De esta población, el 39,3% usa el internet exclusivamente en el teléfono móvil, según el INEI (Perú21, 2019).

4 Análisis del producto en el mercado objetivo

4.1 Aranceles y preferencias arancelarias

De acuerdo con la consulta realizada en la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT, 2019) de Perú (imagen 21), se evidencia una tarifa preferencial de 0% tanto en el Acuerdo Comercial con la Comunidad Andina como en el Acuerdo con la Alianza Pacífico. Este último inició con una tarifa base de 6%, que con la desgravación anual ya se encuentra en 0%; sin embargo, al contar la partida de interés con una tarifa general de 0% bajo el principio de Nación Más Favorecida aplicada a todos los países, no se hace necesaria la solicitud de certificación de origen.

Imagen 21

Arancel para el ingreso de las ceras a Perú



TRATAMIENTO ARANCELARIO POR SUBPARTIDA NACIONAL

[Retroceder](#) | [Inicio](#)

Ingrese la partida XXXXXXXXXX, X es una de las 10 cifras de subpartida nac. no considere puntos. **CODIGO :**

Ingrese la descripción de un producto sin tilde ni puntuaciones **DESCRIPCION :**

CONVENIOS INTERNACIONALES

SECCIÓN: VI : PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS O DE LAS INDUSTRIAS CONEXA

CAPITULO: 34 : Jabon,agentes de superficie organicos,preparaciones para lavar,preparaciones lubricantes,ceras artificiales,ceras preparadas,productos de limpieza,velas y articulos similares,pastas para modelar, cera

34.07 Pastas para modelar, incluidas las presentadas para entretenimiento de los niños; preparaciones llamadas "ceras para odontología" o "compuestos para impresión dental", presentadas en juegos o surtidos, en envases para la venta al por menor o en plaquitas

3407.00 Pastas para modelar, incluidas las presentadas para entretenimiento de los niños; preparaciones llamadas "ceras para odontología" o "compuestos para impresión dental", presentadas en juegos o surtidos, en envases para la venta al por menor

3407.00.20.00 - «Ceras para odontología» o «compuestos para impresión dental»

PAIS	CONVENIO INTERNACIONAL	P.NALADISA	T.MARGEN	FECHA DE VIGENCIA	ARANCEL BASE/PREFERENCIAL	PORCENTAJE LIBERADO ADV	OBSERVACION
URUGUAY	358 - ALADI, ACE 58 PERU - ARGENTINA, BRASIL, URUGUAY Y PARAG	34070020		01/01/2011-31/12/9999	---	100%	
ARGENTINA	358 - ALADI, ACE 58 PERU - ARGENTINA, BRASIL, URUGUAY Y PARAG	34070020		01/01/2014-31/12/9999	---	100%	

PAIS	CONVENIO INTERNACIONAL	P.NALADISA	T.MARGEN	FECHA DE VIGENCIA	ARANCEL BASE/PREFERENCIAL	PORCENTAJE LIBERADO ADV	OBSERVACION
COLOMBIA	815 - PROTOCOLO ADICIONAL AL ACUERDO MARCO DE LA ALIANZA DEL			01/05/2016-31/12/9999	6%/0%		
MEXICO	815 - PROTOCOLO ADICIONAL AL ACUERDO MARCO DE LA ALIANZA DEL			01/05/2016-31/12/9999	6%/0%		
AUSTRALIA	816 - ACUERDO DE LIBRE COMERCIO PERU - AUSTRALIA			11/02/2020-31/12/9999	9%	0%	
BOLIVIA	100 - COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES			03/09/2012-31/12/9999	---%	100%	
COLOMBIA	100 - COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES			03/09/2012-31/12/9999	---%	100%	
ECUADOR	100 - COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES			03/09/2012-31/12/9999	---%	100%	

CONVENIO DE COOPERACION ADUANERA PERUANO - COLOMBIANO (PECO)

Nota: información obtenida de SUNAT (2019).

Al momento de la importación se debe pagar un 16% de impuesto general a las ventas (IGV), un 2% de impuesto de promoción municipal y un 1,5% de seguro, tal como se aprecia en la imagen 22.

Imagen 22

Otros impuestos para el ingreso de las ceras a Perú



TRATAMIENTO ARANCELARIO POR SUBPARTIDA NACIONAL

[Retroceder](#) | [Inicio](#)

Ingrese la partida XXXXXXXXXX, X es una de las 10 cifras de subpartida nac. no considere puntos. **CODIGO :**

Ingrese la descripción de un producto sin tilde ni puntuaciones **DESCRIPCION :**

[Consultar](#)

[Restablecer](#)

SECCIÓN:VI PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS O DE LAS INDUSTRIAS CONEXA

MEDIDAS IMPOSITIVAS PARA LAS MERCANCIAS DE LA SUBPARTIDA NACIONAL **3407.00.20.00** ESTABLECIDAS PARA SU INGRESO AL PAÍS

CAPITULO:34Jabon,agentes de superficie organicos,preparaciones para lavar,preparaciones lubricantes,ceras artificiales,ceras preparadas,productos de limpieza,velas y articulos similares,pastas para modelar, cera

TIPO DE PRODUCTO: DS.340-2014-EF-DS.314-2014-EF-FE ERRATAS 08.11.2014-DS.312-2

34.06 Velas, cirios y articulos similares.
3406.00.00.00 Velas, cirios y articulos similares
34.07 Pastas para modelar, incluidas las presentadas para entretenimiento de los niños; preparaciones llamadas "ceras para

Gravámenes Vigentes	Valor
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	1.5%
Sobretasa Tributo	0%
Unidad de Medida:	(*)
Sobretasa Sanción	N.A.

N.A.: No es aplicable para esta subpartida

Nota: información obtenida de SUNAT (2019).

Para otros destinos donde la partida de interés llegue a requerir origen para acceder a un beneficio arancelario, es necesario presentar el certificado de origen respectivo bajo las particularidades del país de destino con el que se tenga vigente el acuerdo comercial internacional. Este certificado es un documento que se gestiona ante la Dian (s. f.), y cuyo objeto es acreditar que los productos que se vayan a exportar cumplen con la norma y los criterios de origen establecidos en un determinado tratado comercial. Bajo este parámetro también se establecen las condiciones, las vigencias y la aplicación de esa certificación.

Este documento se puede gestionar de manera directa, y todo se hace de forma virtual en el portal Muisca, de la Dian (2020); sin embargo, también hay agencias de aduana que prestan el servicio.

Según la guía práctica para obtener el certificado de origen de ProColombia (2018), esta gestión contempla los siguientes pasos:

- Presentar la factura comercial de los productos que se vayan a exportar.
- Tener firma digital u otorgarle un poder a una persona natural o jurídica para que realice el trámite en nombre del exportador. Puede ser un agente o una agencia de aduanas.
- Tener o hacer una declaración juramentada. Este es un documento que tiene una vigencia de dos años y se tramita en el Muisca. Es un formato donde el fabricante o productor especifica el producto fabricado, los insumos tanto extranjeros como nacionales, con sus respectivos valores, precios de venta en fábrica y FOB, y especificación del proceso de producción, función o necesidad que satisface la mercancía que se va a exportar.
- Montar la declaración juramentada y la factura al Muisca.

- Reclamar el certificado o esperar el envío por vía e-mail.

4.2 Barreras no arancelarias

Según el *Market Access Map* del International Trade Centre (ITC, 2020), las ceras de uso dental deben cumplir con los siguientes requisitos para ingresar a Perú, establecidos en el Decreto 008 del 14 de septiembre de 2007 de la Ley 28376 y el Decreto Supremo 016 del 27 de julio de 2011:

- Requisito de Etiquetado: Decreto Supremo No. 016 de 27/07/2011 y sus modificaciones. Requisito de inscripción de producto (Título II). Requisito de inspección. Requisito de certificación. Requisito de prueba. Requisito de etiquetado (Títulos III, IV, VI). Ministerio de Salud.
- Requisito sobre Procesos de Producción: Ley N° 29459 de 17/11/2009 y sus modificaciones. Requisito de inscripción de productos (art. 8). Requisitos de calidad o funcionamiento (art. 18). Regulaciones OTC sobre procesos de producción. Ministerio de Salud.
- Requisito de inscripción de producto: Decreto Supremo N° 016 de 27/07/2011 y sus modificaciones. (Título II). Requisito de inspección. Requisito de certificación. Requisito de prueba. Requisito de etiquetado (Títulos III, IV, VI). Ministerio de Salud.
- Permiso sanitario de Importación: Decreto Supremo N° 008 de 14/IX/07 Min. SALUD - Reglamento de la Ley N° 28376. Modificado Por Decreto Supremo N° 012/07-SA. Emitido por la Dirección General de Salud Ambiental. Registro del

importador en el Ministerio de Salud. Certificado de ensayo expedido por el fabricante extranjero.

4.3 Segmentación y nicho de mercado

BonDent se centrará tanto en aquellas empresas comercializadoras como distribuidoras de productos, materiales y equipos odontológicos que se encuentren posicionadas en Perú y que preferiblemente ya cuenten con su red de distribución.

4.4 Competencia

En el numeral 3.2.6 se hizo referencia a la competencia extranjera; es decir, a empresas de Perú que importan ceras odontológicas. Se encontró una empresa: Coden Perú, dedicada a la fabricación de productos similares a estos, pero cuya comercialización es de orden nacional, ya que Perú no registra exportaciones de estos productos. Esta empresa dice ofrecer una amplia gama de ceras dentales y tener presencia en todo Lima con la marca Universal. Se buscó información de la empresa y la única publicidad se encontró en Facebook en el link: https://www.facebook.com/pg/Coden-Per%C3%BA-823133041116578/about/?ref=page_internal

Algunas de las marcas en ceras tipo *utility* que se encuentran en el mercado peruano son las que se muestran en la imagen 23.

Imagen 23

Algunas marcas en el mercado peruano



VITIS



GUM ORTHO



ORAL PLUS



ORTO LACER



PROQUIDENT



YOKY DENT



BUCALTAC



CARMEL



FKD



KIN



CVS HEALTH



DENTEX

Nota: obtenido de Odontología Perú (2020).

4.5 Logística de la exportación

Los productos de BonDent que serán objeto de exportación tienen las dimensiones y pesos unitarios que se presentan a continuación en la tabla 20.

Tabla 20*Dimensiones por presentación de los productos*

Descripción	Presentación	Dimensiones (cm)	Peso (gr)
Cera ortodoncia tipo <i>utility</i>	caja x 75 un.	27,5 x 8 x 3,5	398
Cera ortodoncia tipo <i>utility</i>	caja x 100 un.	22 x 11 x 7,5	864
Cera ortodoncia tipo <i>utility (blister)</i>	caja x 22 un.	22 x 11 x 7,5	342
Cera para bases	caja x 18 un.	16 x 8 x 3	262
Cera de rodete	caja x 18 un.	25 x 6 x 3,5	376
	caja x 32 un.	16,5 x 8 x 4,5	288
Cera metalizada	caja x 12 un.	16 x 8 x 3	232
Cera metalizada troquelada	caja x 24 un.	16 x 8 x 3	181

Nota: elaboración propia, a partir de información suministrada por BonDent.

Como se puede identificar en la tabla anterior, las presentaciones de las diferentes ceras se caracterizan por ser de volúmenes y pesos bajos. Esto representa una gran ventaja para efectos de la logística. Las ceras se caracterizan por ser productos sólidos a temperaturas inferiores a los 55 °C, y se comportan como no perecederos.

4.5.1 Empaque

Cada una de las presentaciones ya viene contenida dentro de un empaque primario. Dadas las características y la naturaleza de estos productos a base de cera, se considera que los requerimientos de empaque y embalaje son básicos. Por esta razón, para hacer el transporte de los productos solo vamos a requerir de un empaque secundario que haga las veces de embalaje. De este modo, el empaque secundario será el que unifique y proteja el

producto a lo largo de la cadena logística. Como empaque secundario y embalaje, se recomienda el uso de cajas de cartón corrugado, las cuales van a proteger el producto de los daños que podrían presentarse durante su manejo, almacenamiento y transporte.

Para asegurar una correcta manipulación de la caja de cartón corrugada, y de paso mantener al mínimo posible los costos logísticos de exportación, el peso en condiciones ideales de levantamiento de cargas no debe exceder los 25 kilos. También se debe imprimir sobre el cartón, o adherir mediante papel impreso, la información de manera clara, tal como lo establece la norma ISO 780:1999.

Para mayor claridad, en la imagen 24 se presenta un modelo tomado del *Manual de empaque y embalaje para exportación*, de ProColombia (2016).

Imagen 24

Marcado de la caja de embalaje



Nota: imagen obtenida de ProColombia (2016).

De acuerdo con el *Manual de empaque y embalaje para exportación*, de ProColombia (2016), el marcado y rotulado del embalaje se compone de: marcado de expedición, marcado de información y marcado de manipulación.

El marcado de expedición dependerá del medio de transporte. Para el caso marítimo, la información debe estar en dos de las caras y debe contener, en el mismo orden:

- Iniciales o nombre abreviado y dirección del comprador o consignatario.
- Número de referencia acordado entre el comprador y el vendedor.
- Puerto de descarga – lugar de destino.
- País y lugar de descarga.
- Número de embalaje o número total de cajas en el envío.
- El tipo de letra utilizada debe tener mínimo de 2 centímetros altura.

Para transporte aéreo, es indispensable la siguiente información:

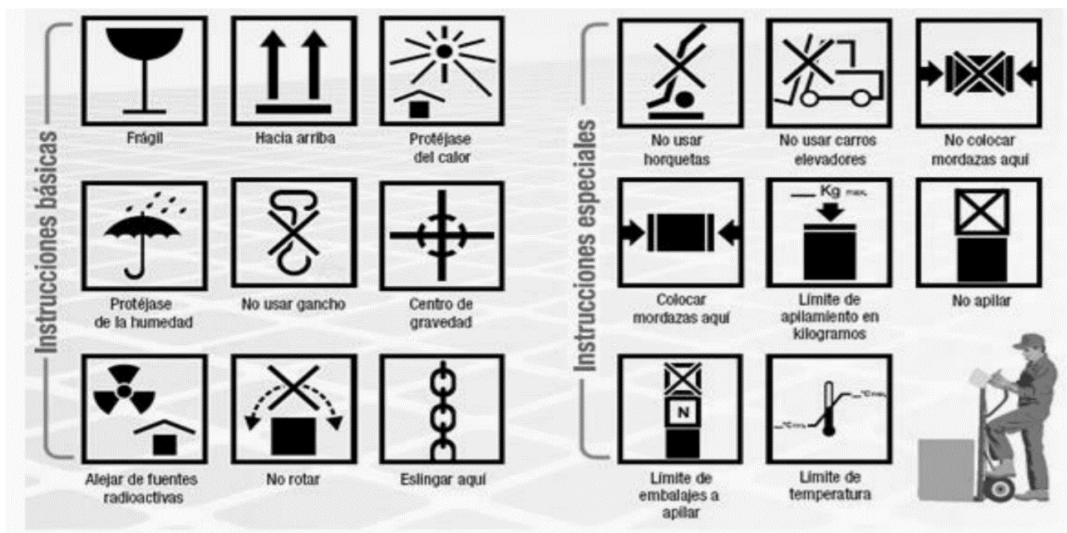
- Nombre de la compañía aérea.
- Número de la carta de porte aéreo.
- Aeropuerto de descarga, indicado según el código de tres letras acordado por la IATA para designar el aeropuerto. Por ejemplo, BOG significa Bogotá.
- País y lugar de descarga.
- Número total de unidades de envío y número del embalaje.

El marcado de información está relacionado con información sobre el producto: peso bruto, peso neto, tipo de producto, nombre del producto y número de unidades. Esta información se debe colocar al menos en las dos caras de mayor tamaño de la caja corrugada.

El marcado de manipulación consiste en un grupo de símbolos, utilizados convencionalmente para transmitir las instrucciones de manejo (imagen 25). Estas marcas se deben ubicar siempre en la esquina superior izquierda de los embalajes, impresas en color negro, y deben tener una medida mínima de 10 centímetros.

Imagen 25

Información de manipulación



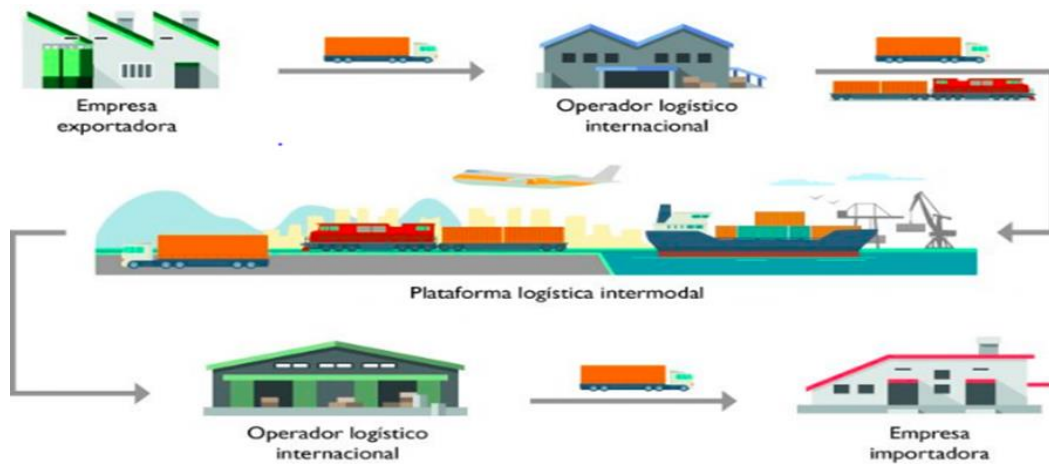
Nota: imagen obtenida de ProColombia (2016)

4.5.2 Detalle de la logística

La cadena logística comprende todos los pasos y actividades que se deben tener en cuenta para hacer el traslado de una mercancía de un lugar o de un país a otro (imagen 26).

Imagen 26

Flujo de la logística de la exportación



Nota: imagen obtenida de Ascambul (2020).

Los pasos de la cadena logística son los siguientes:

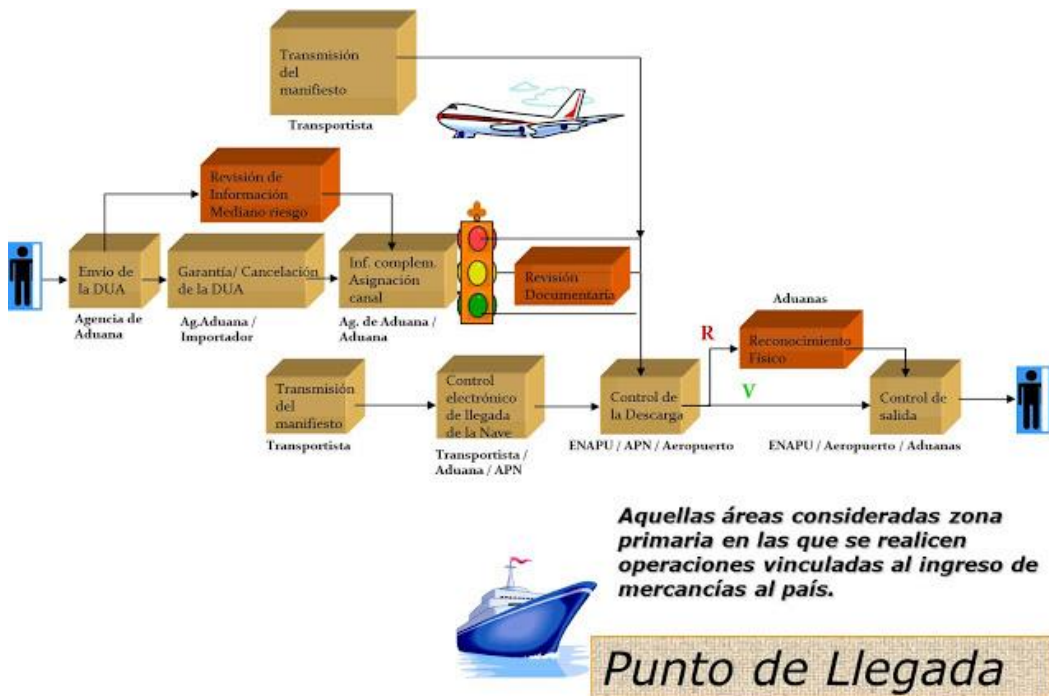
- Transporte interno (vendedor).
- Trámite de aduana de exportación (vendedor/comprador, dependiendo del término de negociación). Estos trámites se adelantan por medio de un agente de aduanas o un operador logístico integral.
- Movilización y cargue en puerto de origen.
- Transporte internacional (aéreo/marítimo).
- Arribo de la carga en país de destino (agente de carga).
- Traslado a depósito temporal (operador portuario).
- Ubicación, reconocimiento de la mercancía (agente de aduanas).
- Acta de inspección y revisión documental (agente de aduanas).
- Digitación y aceptación de la declaración (agente de aduanas).

- Pago de impuestos en banco (importador/exportador, de acuerdo con los términos de negociación).
- Proceso de selectividad (Sunat).
- Levante de la mercancía (Sunat).
- Retiro de puerto/aeropuerto (transportador asignado por el importador o el exportador, de acuerdo con los términos de la negociación).
- Transporte interno país de destino.
- Entrega en bodegas o lugar acordado.

Las etapas del desaduanamiento son las que se muestran en la imagen 27.

Imagen 27

Etapas de desaduanamiento



Nota: imagen obtenida de Brave Perú (2020)

4.5.3 Documentos necesarios para la exportación

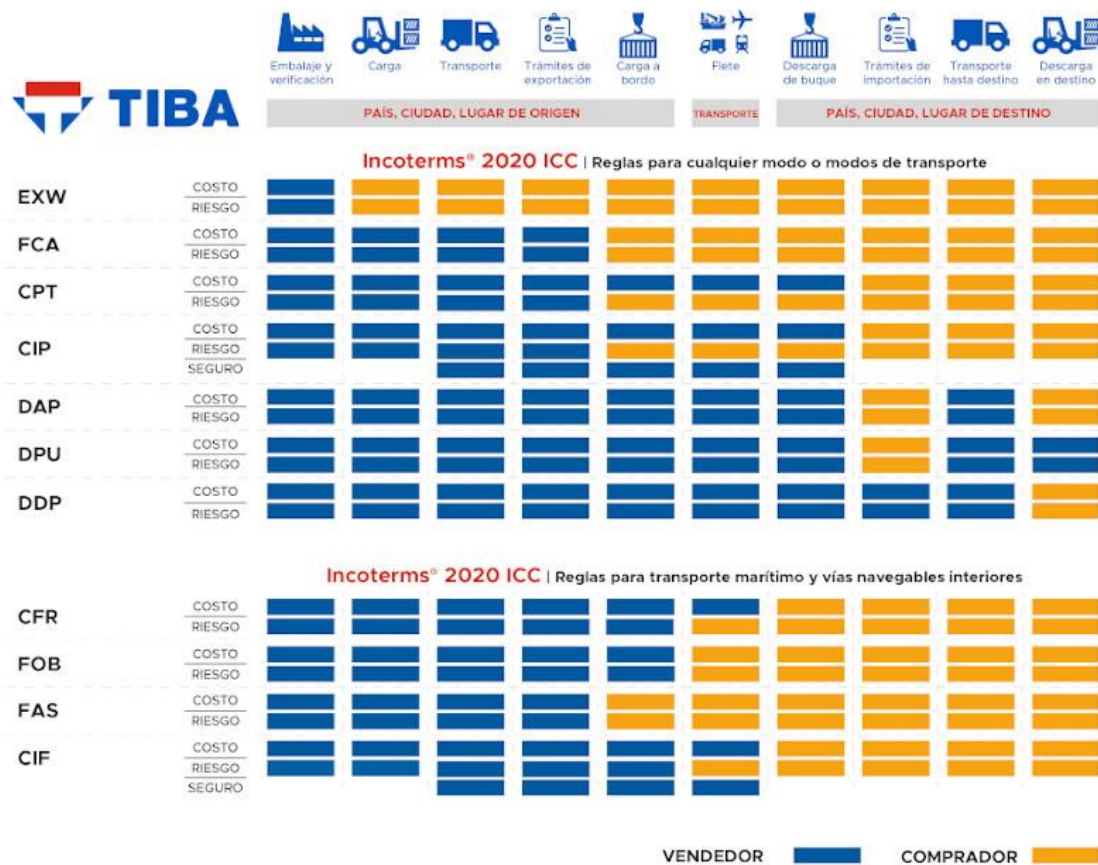
- Concepto técnico del Ministerio de Justicia. Es la revisión antinarcóticos, si llegara a requerirse. Tiene un costo mínimo de USD\$30 o USD\$0,08 /kg.
- Registro Invima (certificado sanitario de exportación). Actualmente los productos de BonDent cuentan con registro del Invima; sin embargo, es probable que se requiera un certificado sanitario de exportación, el cual tendría un costo aproximado de \$2.662.692, de acuerdo con el manual tarifario del Invima (2020).
- Factura de venta, con datos del importador y el exportador, fecha, número de factura, término incoterm, condiciones de pago, descripción de la mercancía, cantidades, valor unitario, valor total y moneda de negociación.
- Lista de empaque (*packing list*), con peso neto, bruto y dimensiones de la mercancía.
- Certificado de origen, en caso de que el comprador lo requiera.
- Guía área y/o documento de embarque.

4.5.4 Términos de la negociación (incoterm)

Existen varios tipos de incoterms, que determinan el punto de entrega, la responsabilidad del vendedor y el comprador por la mercancía y el costo en cada una de las etapas que comprende el flujo logístico (imagen 28). Esta es una de las condiciones para negociar con el potencial comprador; sin embargo, inicialmente se recomienda acordar el término que más le sea conveniente al comprador.

Imagen 28

Términos de negociación internacional



Nota: imagen obtenida de Tiba Group (2020).

4.6 Costeo del producto para la exportación

Con el propósito de definir de una manera más precisa los costos asociados a la exportación de los productos de BonDent, se procedió a conseguir cotizaciones con la Agencia de Aduanas Nova Freight, incluidas en los anexos 3 y 4. Estos costos están condicionados por el tipo de transporte, marítimo o aéreo, y el término incoterm de la

negociación. Para tal fin, se definió como referencia un peso de mercancía y se establecieron términos de negociación CIF (costo, seguro y flete) y DAP (entrega en un lugar). En la tabla 21, se presentan las actividades y costos más relevantes que hacen parte del proceso de exportación para llegar al Perú.

Tabla 21

Costos para la exportación a Perú

Tipo de Operación:		Exportación Marítima	Exportación Aérea	
Origen:		Buenaventura	Medellín	
Destino:		Callao	Lima	
Incoterm:		CIF	CIF	DAP
Peso (Kg):		433		
Volumen:		2.06		
Tiempo de Tránsito:		3 - 5 días	2 días	
Frecuencia		Semanal		
CONCEPTO		TARIFA	COSTO	
Transporte Medellín – Buenaventura		USD 170,00	US\$170,00	
Flete Internacional		USD 15,00 Ton/ Mt3 Min USD 25,00	US\$25,00	
Consolidación		USD 15,00 Ton / Mt3 Min USD 80,00 Min	US\$80,00	
Handling		USD 50,00	US\$50,00	
Documentación		USD 70,00	US\$70,00	
VGM		USD 40,00	US\$40,00	
Mounting		USD 3,00 Ton/ Mt3 Min USD 30,00	US\$30,00	
Aduana Exportación		USD 200,00	US\$200,00	US\$200,00
Transporte Medellín - Rionegro		USD\$80	US\$80,00	US\$80,00
Due Carrier		USD 40,00	US\$40,00	US\$40,00
Due Agent		USD 40,00	US\$40,00	US\$40,00
Handling		USD 35,00	US\$35,00	US\$35,00
AWB		USD 50,00	US\$50,00	US\$50,00
Inspección Antinarcóticos (Si requiere)		USD 0,08 x Kg Vol Minima USD 30,00	US\$34,64	US\$34,64
Flete Aéreo		+300 Kg USD 1,30 x Kg	US\$562,90	US\$562,90
Fuel Surcharge		USD 0,30 x Kg	US\$129,90	US\$129,90
Seguro de transporte internacional		0,30% del valor factura - Mín. USD\$50	US\$50,00	US\$50,00
Gastos en Destino				
Liberación		USD\$90		US\$90,00
Aduana de importación		USD\$250		US\$250,00
Transporte local		USD\$180		US\$180,00
TOTAL COSTO EXPORTACIÓN			US\$715,00	US\$1.222,44
				US\$1.742,44

Nota: elaboración propia a partir de la información contenida en los anexos 3 y 4.

4.7 Canales de distribución y comercialización

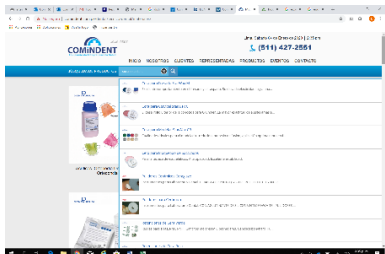
Considerando la naturaleza de los productos de BonDent, lo más recomendable es utilizar un canal de comercialización similar al usado en Colombia. Esto significa

segmentar el mercado y orientarse hacia los principales distribuidores y comercializadores de productos de uso odontológico en Perú.

Tal y como se mencionó en un capítulo anterior, en Perú se encuentran varias empresas bien posicionadas en ese mercado, que en algunos casos cuentan con una red de distribuidores y que podrían ser clientes objetivo de BonDent (tabla 22).

Tabla 22

Distribuidores o intermediarios en Perú

Empresa	Página web	E-mail/tel.	
Dentoshop	https://www.dentoshop.pe/products/search?utf8=%E2%9C%93&search=cera	info@dentoshop.pe ventas@dentoshop.pe Tel. (+511) 4219451	
Dent Import	http://www.dentimport.com.pe/ https://dentimport.juntoz.com/categorias/productos-laboratorio	informes@dentimport.com.pe Tel. (+511) 411-0600 Tel. (+51) 934 547 770	
Comindent	http://comindent.com.pe/dental/tecnico-dental/materiales/	comindent@comindent.com.pe Tels. (+511) 428 5171 / 427 2551 / 428 6429 / 428 5068 / 426 0643	

Empresa	Página web	E-mail/tel.
Tarrillo Barba	http://www.tarrillobarba.com.pe/pr oductos/LD/	info@tarrillobarba.com.pe Tel. (+511) 205-7700



4.8 Aproximación a la estrategia de precios

Para determinar los precios a los que BonDent debe ofrecer sus productos, es necesario determinar el costo unitario de exportación por unidad de producto (tabla 23).

Tabla 23

Costo de exportación por unidad de producto

COSTO DE EXPORTACIÓN POR UNIDAD DE PRODUCTO					
Referencia	Peso unitario (gr)	Cantidad en 433Kg	Marítimo CIF US\$/un.	Aéreo CIF US\$/un.	Aéreo DAP US\$/un.
Cera ortodoncia tipo utility	398	1088	US\$0,66	US\$1,12	US\$1,60
Cera ortodoncia tipo utility	864	501	US\$1,43	US\$2,44	US\$3,48
Cera ortodoncia tipo utility (Blister)	342	1266	US\$0,56	US\$0,97	US\$1,38
Cera para bases	262	1653	US\$0,43	US\$0,74	US\$1,05
Cera de rodete	376	1152	US\$0,62	US\$1,06	US\$1,51
	288	1503	US\$0,48	US\$0,81	US\$1,16
Cera metalizada	232	1866	US\$0,38	US\$0,65	US\$0,93
Cera metalizada troquelada	181	2392	US\$0,30	US\$0,51	US\$0,73

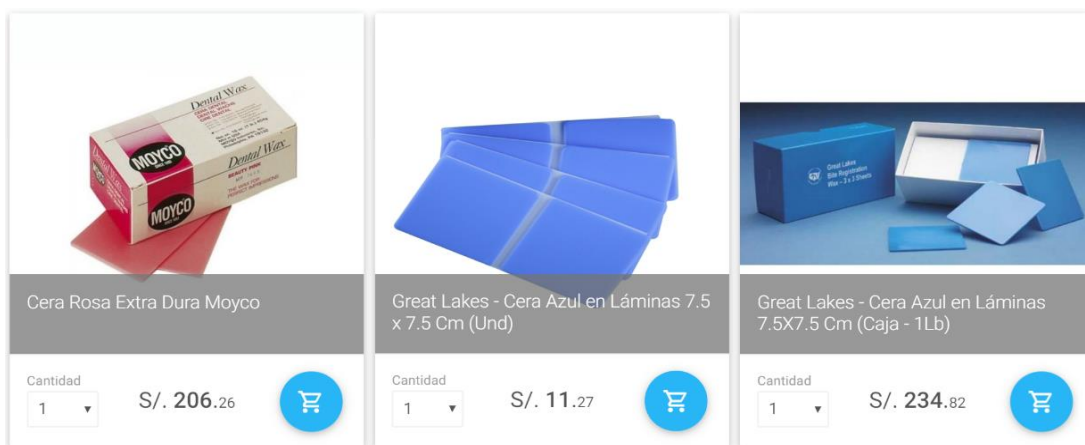
Nota: esta tabla se construyó considerando que cada envío es de una misma referencia.

Para establecer los costos de exportación por producto presentados en la tabla anterior se tomaron los costos de las cotizaciones según los términos de negociación usados en el punto 4.6, y se dividieron por el peso unitario de cada referencia. Esto quiere decir que los costos de exportación dependerán del peso de la totalidad del producto en cada

exportación. Estos costos de exportación deberán ser agregados a los costos de producción, para que, al sumarles el respectivo margen de utilidad definido por la empresa, se determine el precio de venta para el comprador internacional. Otro factor importante al momento de determinar el precio de venta son los precios a los que se venden estos productos en el mercado objetivo. Haciendo una revisión, encontramos algunos productos con sus precios que podrían servir de referentes, y que se muestran en la imagen 29.

Imagen 29

Precios de referencia



Nota: análisis de precios efectuado a partir de información obtenida de Juntoz.com (2020), Dentoshop (2020) y Odontología Perú (2020).

4.9 Aproximación a la estrategia de comunicación y promoción

Para lograr llegar al mercado peruano se plantea, además de direccionar la publicidad en redes sociales hacia el mercado objetivo, hacer uso de las siguientes estrategias:

- I. Contacto directo con los potenciales clientes. Para esto se puede hacer uso de la información de contacto suministrada en los capítulos 3.2.6 y 4.7.
- II. Consulta y solicitud de apoyo a la Cámara de Comercio Colombo-Peruana (Colperú, 2020), la cual es una organización binacional de carácter privado que tiene como finalidad promover los negocios, la inversión, la cultura, el turismo y la integración de ambos países en todos sus órdenes; además, es un ente articulador con los sectores público-privados de Colombia y Perú, para fortalecer la cooperación, el desarrollo social y económico de sus afiliados, el empresariado en general, la academia y la población colombo-peruana (imagen 30). Esta Cámara binacional cuenta con sedes en Medellín (Complejo Ruta N, calle 67 No. 52-20), Bogotá y Lima.
- III. Asistencia a los diferentes eventos desarrollados en Perú que estén relacionados con la odontología, entre los que se incluyen los que se presentan a continuación, y hacer presencia en estos para promover tanto la marca BonDent como sus productos.

I Congreso y I Convención Nacional de Cirujanos Dentistas del Sector Público 2020

Organiza: Federación Nacional de Cirujanos Dentista del Minsa

Lugar: COP, sede Surco. Lima, Perú

Fechas: 6 y 7 de febrero de 2020

Informes: (+511) 998-562066 / 965-667668 / 992-126928

Imagen 30

Misión comercial al Perú



Perú | Misión Comercial 2020 de Empresarios Colombianos al Perú
16 al 20 de marzo de 2020

COLPERÚ
Cámara de Comercio e Integración Colombiana del Perú

- ❑ Explore directamente el mercado peruano de la mano de especialistas
- ❑ Programe anticipadamente citas de negocios con tomadores de decisión y las empresas de su interés en Perú
- ❑ Identifique diversas alternativas comerciales (distribución, comercialización, venta directa, Joint Venture, etc.)
- ❑ Conozca los servicios especializados de la Cámara de Comercio e Integración Colombiana del Perú para apoyarle en el cierre efectivo de negocios

VALOR DE LA INVERSIÓN: USD1.150

INCLUYE:

- ❑ Agenda de negocios (mínimo 7 citas)
- ❑ Alojamiento en la principal zona de negocios de Lima
- ❑ Desayuno tipo buffet
- ❑ Transporte aeropuerto – hotel – aeropuerto
- ❑ Información de actualidad sobre su sector en Perú
- ❑ Material logístico de la misión
- ❑ Capacitación sobre cómo hacer negocios con Perú
- ❑ Acompañamiento profesional durante la misión
- ❑ Chip de llamadas
- ❑ Cena de cierre en Lima
- ❑ Conferencia y/o asesoría sobre el marco legal, tributario, laboral y de inversión en Perú
- ❑ Apoyo para seguimiento a los contactos realizados posterior a la misión

MAYORES INFORMES E INSCRIPCIONES

E-mail: comercial@colperu.com
promocion@colperu.com
Cel: 301 7664459 / 321 3335904
Fijo: (1) 3476144 / 4824208
Visitenos en
www.colperu.com

Nota: información obtenida de Colperú (2020).

X Congreso Internacional APORYB 2020

Organiza: Asociación Peruana de Odontología Restauradora y Biomateriales (APORYB).

Lugar: Lima, Perú

Fechas: 20 y 21 de marzo de 2020

E-mail: aporyb@hoymail.com

Facebook: [Aporyb](https://www.facebook.com/Aporyb)

37 Congreso Nacional - 64º Jornada Nacional – I Jornada Internacional Filial La

Libertad

Organiza: Sociedad Peruana de Prótesis Dental y Máxilo Facial

Lugar: Teatro Víctor Raúl Lozano Ibáñez. La Libertad (Perú)

Fechas: 28 al 30 de mayo de 2020

Teléfonos: 372-8364/ 998801716

E-mail: informes@sppdmf.org

Web: www.sppdmf.pe

14ª. Tecnosalud – Arequipa, Perú 2020

Organiza: Cámara de comercio de Lima – CCL y Comsalud

Lugar: Centro de Exposiciones Jockey Av. Javier Prado; Santiago de Surco, Arequipa
(Perú)

Fechas: 17, 18 y 19 de septiembre de 2020

Whatsapp: +51 981 072 478

E-mail: tecnosalud@camaralima.org.pe

Web: <http://www.tecnosalud.com.pe/>

3º Congreso Contox Perú 2020

Organiza: Academia Internacional de Estética Buco Maxilofacial

Lugar: Auditorio Patronato del Centro de la Amistad Peruano China. Lima (Perú)

Fechas: 17 y 18 de setiembre de 2020.

Web: <https://www.contoxperu.com/>

5 Diseño de estrategias, recomendaciones y plan de acción

5.1 Objetivos

- Definir estrategias que contribuyan a generar valor a partir de las fortalezas y debilidades de la empresa, y que busquen aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado para convertirlas en propuestas a los posibles clientes potenciales.
- Establecer un cronograma con las actividades necesarias para la ejecución paso a paso del plan exportador, que busca la internacionalización de los productos de BonDent.

5.2 Matriz DOFA y estrategias

Matriz DOFA

La matriz DOFA en la que se analiza la situación actual de BonDent se presenta en la imagen 31.

Estrategias

- Usar la capacidad innovadora para crear nuevos productos, al igual que la flexibilidad que ofrece la capacidad instalada en la planta, para ofrecer productos a la medida de las necesidades de los clientes, y que esto se vuelva un factor que genere una ventaja competitiva que es difícil de imitar.

- Realizar alianzas con distribuidores en una relación gana – gana, usando la ventaja que da el margen entre los precios del mercado objetivo y los costos de producción y exportación.
- Aprovechar los programas de entidades como ProColombia y la Cámara de Comercio, para lograr asesorías y acompañamiento en todo lo relacionado a mercado exterior.
- Implementar la medición de los procesos claves, para garantizar una eficiencia que permita mantener los costos lo más competitivos posible.

Imagen 31

Matriz DOFA de BonDent



5.3 Plan de acción del plan exportador

Tabla 24

Elementos del plan de acción para exportar

Preparación	<ul style="list-style-type: none">• Determinar con claridad la capacidad productiva de cada referencia y la capacidad disponible para exportación.• Identificar la necesidad de vincular personal para atender la demanda adicional y definir el plan de capacitación y entrenamiento.• Evaluar el flujo de caja y la rotación de la cartera, para determinar necesidad de apalancamiento adicional.• Determinar los costos, el margen y el precio que se va a ofrecer.
Producción	<ul style="list-style-type: none">• Implementar controles de procesos de fabricación para garantizar eficiencia en costos y cumplimientos de tiempos de entrega.
Marketing	<ul style="list-style-type: none">• Establecer contacto vía e-mail con posibles importadores y distribuidores de productos odontológicos en Perú.• Visitar o contratar en Perú a alguien que pueda hacer publicidad y promoción de los productos de BonDent.• Visitar y(o) participar en eventos del sector odontológico.
Exportación	<ul style="list-style-type: none">• Solicitar cotizaciones adicionales en agencias de aduana que permitan comparar y garantizar los menores costos de exportación.• Contratar la agencia de aduanas que se encargue de la logística y de la gestión de la exportación y la importación, de acuerdo con el incoterm negociado.• Preparar el empaque y el embalaje.

5.4 Cronograma de actividades

Imagen 32

Cronograma de actividades

ACTIVIDAD	MES										
	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20
Presentación, estudiante, asesor, empresa	■										
Presentar plan de trabajo a los representantes de la empresa	■										
Asignar líder y equipo encargado de atender y ejecutar el plan de exportación en la empresa	■										
Diagnóstico de internacionalización	■										
Selección y evaluación de mercados potenciales		■	■								
Primera entrega de avance			■								
Selección del mercado objetivo para la internacionalización				■							
Análisis del mercado objetivo					■	■					
Análisis del producto en el mercado objetivo							■	■			
Segunda entrega de avance								■			
Diseño de estrategias y plan de acción									■		
Tercera entrega de avance										■	
Construir y desplegar estrategias comerciales y de promoción.									■	■	
Ejecutar la planeación de la demanda, de insumos y de materias primas										■	
Evaluar y ajustar capacidades logísticas y de producción										■	
Creación de presupuesto de ventas y actualización de las estrategias de promoción										■	■
Confirmar modelo de costos, rentabilidad y precio final en el mercado objetivo											■
Contratar agencia de aduanas											■
Iniciar proceso de exportación											■

5.5 Conclusiones

- El desempeño financiero de BonDent durante el tiempo que lleva en operación, su capacidad productiva y la flexibilidad de sus procesos para adaptarse a las necesidades de los clientes representan capacidades y competencias que se pueden convertir en valor que resulte atractivo para el mercado objetivo. Se debe hacer uso de todas las fortalezas que posee la compañía y aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado, para a partir de estas construir una propuesta de valor ganadora para los clientes.
- En Latinoamérica se pueden encontrar varios mercados que podrían resultar interesantes para considerar en el futuro, como es el caso de Brasil, México y hasta el mismo Ecuador. Estos países presentan unos valores de importación interesantes, y ya se pueden encontrar algunas empresas colombianas que ya están exportando a estos destinos. Por ahora, para BonDent se recomienda enfocarse en el mercado de Perú, para concentrar los esfuerzos y recursos.
- Es necesario tener presente que, aunque se pueden encontrar grandes similitudes entre Colombia y los demás países latinoamericanos, también se debe tener presente que Perú presenta una población con un porcentaje importante con ascendencia indígena, la cual, en general, suele ser bastante reservada. Se puede encontrar que los provincianos tienden a ser más respetuosos que los capitalinos, y que estos últimos pueden ser menos abiertos al momento de hacer negocios. Es necesario tener tenacidad y perseverancia, y tratar de identificar los intereses del cliente potencial para así llegar a establecer una buena relación comercial.

- El mercado peruano cuenta con productos similares a los producidos por BonDent, que casi en su totalidad son importados. También cuenta con algunos importantes distribuidores de productos odontológicos, que hacen las importaciones y que posteriormente proveen a los diferentes centros odontológicos. Dichos distribuidores representan los canales de entrada a este mercado, y se requiere presentar una propuesta que los haga inclinar su preferencia hacia los productos de BonDent.
- Colombia y Perú manejan buenas relaciones comerciales bilaterales. Esto trae como ventaja aranceles preferenciales para estos productos, que contribuyen a unos menores costos de internacionalización, y unos requisitos mínimos de ingreso que no representan barreras para la exportación.

6 Lecciones aprendidas

6.1 Desde la óptica del mercado

Años atrás pensar en que una empresa pequeña podía ingresar en mercados extranjeros representaba un gran reto y una cantidad de barreras, que en muchas ocasiones hacían que simplemente se abandonara la idea. Hoy por hoy se cuenta con acceso a mucha información, y existen entidades como ProColombia, las Cámaras de Comercio de los Gobiernos y otras más que facilitan todo el proceso. Es así como se ha logrado desarrollar todo este trabajo, que contiene información suficiente para que BonDent pueda desarrollar las actividades necesarias para llegar a un mercado internacional.

Es necesario tener presente que el mercado no está a la espera de la llegada de los productos de BonDent y que hoy tiene cubiertas sus necesidades. Esto significa que BonDent debe entrar a competir por una participación en el mercado peruano y que la propuesta de valor del modelo de negocio debe superar la propuesta de valor de las marcas que hoy están posicionadas o que se encuentran presentes en Perú. Esto se trata de entender las necesidades o deseos que este nicho aún no satisface o de cómo lograr hacerle ver al cliente potencial que los productos o el servicio de BonDent le ofrecen más por el mismo precio que otras marcas, o inclusive por uno menor.

Las ceras no representan una necesidad esencial, pero contribuyen y facilitan el proceso para que las personas logren el sueño que persiguen cuando se someten a intervenciones o tratamientos odontológicos en los que estos productos tienen utilidad. Por esta razón, no se debe esperar a que sean los clientes potenciales quienes busquen a

BonDent; por el contrario, las campañas de promoción deben ser lo suficientemente agresivas para que el potencial comprador se interese y quiera probar los productos.

Perú y Colombia tienen tratados de comercio que favorecen y facilitan la exportación de las ceras, y en el análisis no se encuentran condiciones que representen una barrera de entrada importante. Esto se debe traducir en un beneficio que se le entregue al cliente a través de mejores precios que los de la competencia.

6.2 Desde la óptica de la organización

La empresa BonDent se encuentra muy cerca de estar lista para atender la demanda del mercado peruano, ya que no requiere hacer grandes ajustes en sus procesos productivos o administrativos para adaptarse a las condiciones y a enfrentar los retos que trae consigo un proceso de exportación. Aunque esta empresa no tiene experiencia en exportaciones ni cuenta con personal con experiencia en comercio exterior, puede inicialmente hacer sus negociaciones a través de una agencia de aduanas que lleve a cabo todo el proceso de exportación, y de posterior importación, en caso de que así se acuerde con el cliente.

No es indispensable, pero sí recomendable, que la organización adopte controles en toda la cadena productiva, que contribuyan a garantizar un estándar de calidad en los productos, el cumplimiento de los plazos acordados para las diferentes entregas y la máxima eficiencia posible en costos.

Se debe hacer esfuerzos en innovación de productos que agreguen alguna diferenciación, sin olvidar que existen muchos productos o marcas sustitutos en el mercado que limitan el precio al que inicialmente se puede ingresar.

El reto más grande que tiene la compañía es lograr entender las necesidades de su cliente; esto se hace a partir de reconocer las diferencias culturales que pueden jugar un papel importante a la hora de iniciar una relación de tipo comercial. Es importante comprender que los valores de la empresa se deben volcar al cliente y al consumidor final. Los objetivos de la empresa no deben girar únicamente alrededor de las ventas y los ingresos de la compañía, porque al final esto es el resultado de una relación efectiva con los clientes, que se fortalece en la medida en que el modelo de negocio de BonDent llene sus expectativas.

6.3 Desde la óptica del proceso de intervención

Los representantes de la empresa facilitaron todo el proceso de construcción de este plan. Su actitud positiva y, además, muy comprometida hicieron que se superaran fácilmente tanto los obstáculos como el reto que implicaba acceder a la información que requiere la construcción de este plan, y se convirtieron en motivación para lograr información que en realidad fuese de utilidad y que contribuyera al cumplimiento de la meta que la empresa se ha trazado.

Hay disponible mucha información en muchos sitios web que relacionan datos que no son necesariamente precisos o confiables; además, la Universidad Eafit cuenta con acceso a bases de datos que proporcionan información de la calidad requerida. Al buscar en estas bases, se encuentra que no todos los países tienen el mismo nivel de información, y esto hace que algunos mercados sean difíciles de analizar. Perú es un país con un buen nivel de información concerniente a las exportaciones e importaciones de productos de uso

odontológico, y difiere ampliamente de la información disponible de países como Argentina y como Chile.

En comercio internacional, las ceras de uso odontológico están agrupadas dentro de un mismo código arancelario junto con una gran variedad de productos de aplicación odontológica. Esto hizo bastante difícil llegar a cifras precisas sobre el nivel de exportación, importación, exportadores, importadores, cantidades transadas y valores comercializados. Se requirió de un análisis muy detallado efectuado a partir de las descripciones de los productos en las bases de datos, para tener la posibilidad de establecer un filtro que permitiera identificar un potencial de mercado más aproximado.

La empresa ahora cuenta con información que le permite hacer sus propios análisis y crear estrategias que le posibiliten penetrar este nuevo mercado.

Referencias bibliográficas

- Andina (31 de diciembre, 2018). *Minedu: 2019 aumentará 30% de inversión en infraestructura educativa*. <https://andina.pe/agencia/noticia-minedu-2019-aumentara-30-inversion-infraestructura-educativa-737679.aspx>
- Ascambul (2020). *Plan de importación*. <https://www.ascambul.es/productos/categoria-producto/ejemplos-de-oportunidades-de-exito/plan-de-importacion/>
- Banco Central de Reserva del Perú (2020). *Normas sobre el mercado cambiario*. <https://www.bcrp.gob.pe/transparencia/datos-generales/marco-legal/normas-sobre-el-mercado-cambiario.html>
- Banco de la República (2016). Régimen cambiario de las operaciones de comercio exterior de bienes. Preguntas frecuentes y casos prácticos. *Departamento de Cambios Internacionales*. http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/ce_dcin_2016.pdf
- Banco de la República (2020a). Formulario declaración de cambio por exportaciones de bienes. <https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/paginas/f220031201.pdf>
- Banco de la República (2020b). Formulario Registro, informe de movimientos y/o cancelación cuenta de compensación. <https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/reglamentacion/archivos/Formulario%20No.%2010%20f.pdf>

Banco Mundial (2019a). *PIB per cápita (US\$ a precios actuales) - Chile, Perú, Brazil, Argentina, México, Ecuador, Panamá, Paraguay.*

<https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?end=2018&locations=CL-PE-BR-AR-MX-EC-PA-PY&start=2018&view=bar>

Banco Mundial (2019b). *Inflación, precios al consumidor (% anual).*

<https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG>

BonDent (2020). *Productos.* <http://bondent.com.co/index.php/es/>

Brave Perú (2020). *Especialistas en negocios internacionales.*

http://importfromchinatoperu.blogspot.com/2012_05_18_archive.html

Cámara de Comercio Colombo-Peruana – Colperú (2020). Recuperado en febrero de 2020.

www.colperu.com

Cancillería de Colombia (2020). *Alianza del Pacífico.*

<https://www.cancilleria.gov.co/international/consensus/pacific-alliance>

Central Intelligence Agency – CIA (2019). *The World Factbook.*

<https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/ci.html>

Coface (2019). *Evaluación de riesgo país.* <https://www.coface.com.co/Estudios-economicos>

Coface (2009). *Guía riesgo país. Balance Económico y Perspectivas en 155 países.*

http://ocw.uc3m.es/economia-financiera-y-contabilidad/financiacion-internacional/lecturas-complementarias/guia_riesgo_pais_coface.pdf

Deloitte (2019). *Reporte global de competitividad 2019. Datos clave del sector infraestructura.*

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cr/Documents/finance/docs/191009-Deloitte-Reporte-Global-Competitividad.pdf>

Dentoshop (2020). *Productos.*

<https://www.dentoshop.pe/products/search?utf8=%E2%9C%93&search=cera>

Dian (s. f.). *Certificados de origen.*

<https://www.dian.gov.co/aduanas/aspectecmercancias/Documents/Pasos%20Certificados%20de%20Origen.pdf>

Dian (2020). *Muisca – Consultas Arancel.*

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>

Doing Business (2019). *Comercio transfronterizo.*

<https://espanol.doingbusiness.org/es/data/exploretopics/trading-across-borders>

Gestión Perú (26 de junio, 2019). ¿Cuál es el sueldo mínimo en Perú y cómo ha

evolucionado? *Finanzas personales.* <https://gestion.pe/tu-dinero/finanzas-personales/sueldo-minimo-peru-aumento-nnda-nnlt-252048-noticia/?ref=gesr>

Gestión Perú (3 de diciembre, 2018). Perú mejora en pruebas PISA 2018, pero sigue último

entre los países de la región. <https://gestion.pe/peru/peru-mejora-en-prueba-pisa-2018-pero-sigue-ultimo-entre-los-paises-de-la-region-nndc-noticia/?ref=gesr>

Hofstede Insights (2019). Modelo de las seis dimensiones Hofstede. *Country comparison.*

<https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/chile,mexico,peru/>

International Trade Centre – ITC (2020). Condiciones de acceso a los mercados. *Market*

Access Map.

<https://www.macmap.org/es/query/results?reporter=604&partner=170&product=340700&level=6>

International Trade Centre – ITC (2018). Trade statistics for international business development. *Trademap.*

https://trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=3%7c%7c15%7c%7c%7c340700%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1

Invima (2020). *Manual tarifario - Vigencia 2020.* <https://www.invima.gov.co/tarifas>

Juntoz.com (2020).

<https://juntoz.com/catalogo?keywords=cera%20dental&allStore=true&specialPrice=false>

Legiscomex (2019). *Sistema de Inteligencia Comercial.* <https://www.legiscomex.com/>

Marsh (2019). *Mapa de riesgo político 2019. Recuperado en septiembre de 2019, de*

<https://www.marsh.com/cl/es/campaigns/political-risk-map-2019.html>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – MinCIT (2008). *Acuerdo de Libre*

Comercio Colombia – Chile.

https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/TLCCHILE_MI_NCOMERCIO.pdf

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – MinCIT (2019a). Perfil de Perú. *Oficina de Estudios Económicos*. <http://www.mincit.gov.co/getattachment/c74f1b45-4fd0-42a6-a34c-545d8749a97d/Peru.aspx>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – MinCIT (2019b). Perfil de México. *Oficina de Estudios Económicos*. <http://www.tlc.gov.co/getattachment/acuerdos/vigente/tratado-de-libre-comercio-entre-los-estados-unidos/importante/perfil-de-mexico/oee-espanol-perfil-mexico-29-04-2019.pdf.aspx>

Monterrosa, H. (2019). México tiene la inflación más alta entre los países de la Alianza del Pacífico. *La República*. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/mexico-tiene-la-inflacion-mas-alta-entre-los-paises-de-la-alianza-del-pacifico-2900366>

Odontología Perú (2020). *Cera para Brackets*. <https://odontologiaperu.org/cera-para-brackets/>

Panam Post (Junio de 2019). *Perú: cifras históricas de desempleo en medio de una estampida migratoria*. <https://es.panampost.com/sabrina-martin/2019/06/13/peru-economia-migracion/>

Perú21 (17 de mayo, 2019). *Día Mundial de la Internet: ¿En qué situación se encuentra el uso de Internet en el Perú?* <https://peru21.pe/tecnologia/dia-mundial-internet-situacion-encuentra-internet-peru-478667-noticia/?ref=p21r>

Portafolio (5 de julio, 2019). *¿En qué va la Alianza del Pacífico?* *EFE*. <https://www.portafolio.co/economia/en-que-va-la-alianza-del-pacifico-531275>

Porter, M.E. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia.

<https://www.portafolio.co/economia/en-que-va-la-alianza-del-pacifico-531275>

ProColombia (2019). *Herramientas y servicios para el exportador. Perfil logístico de*

exportación a Perú. [https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-](https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-peru)

[exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-](https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-peru)

[exportacion-peru](https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-peru)

ProColombia (12 de julio, 2018). Guía práctica para obtener el certificado de origen

[presentación en diapositivas]. *SlideShare.*

[https://procolombia.co/publicaciones/guia-practica-para-obtener-el-certificado-de-](https://procolombia.co/publicaciones/guia-practica-para-obtener-el-certificado-de-origen)

[origen](https://procolombia.co/publicaciones/guia-practica-para-obtener-el-certificado-de-origen)

ProColombia (2016). *Manual de empaque y embalaje para exportación.*

[https://procolombia.co/sites/default/files/manual_de_empaque_y_embalaje_para_ex-](https://procolombia.co/sites/default/files/manual_de_empaque_y_embalaje_para_exportacion.pdf)

[portacion.pdf](https://procolombia.co/sites/default/files/manual_de_empaque_y_embalaje_para_exportacion.pdf)

Santander (2019). Analizar mercados. *Trade Markets.* Recuperado en septiembre de 2019,

de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados>

Sunat (2019). *Tratamiento arancelario por subpartida nacional.* Recuperado de

<http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>

Tiba Group (2020). *Incoterms 2020. By the International Chamber of Commerce (ICC).*

<https://www.tibagroup.com/blog/incoterms-2020?lang=es>

Unión Europea (2012). *Acuerdo Comercial entre la UE, Colombia y Perú*. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.


http://www.sice.oas.org/TPD/AND_EU/Studies/EC_Rpt_EU_COL_PER_s.pdf

Werner, A. (29 de julio, 2019). Perspectivas para América Latina y El Caribe: Una recuperación atascada. *Diálogo a Fondo. El blog del FMI sobre temas económicos de América Latina*. <https://blog-dialogoafondo.imf.org/?p=11686>

Anexos

Anexo 1. Declaración de Cambio por Exportaciones de Bienes. Formulario No. 2

Formulario No. 2



Declaración de Cambio por Exportaciones de Bienes
Formulario No. 2
 Circular Reglamentaria Externa DCIN-83 de febrero 24 de 2011

I. TIPO DE OPERACIÓN
 1. Número:

II. IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN
 2. Nit del I.M.C o Código cuenta de compensación 3. Fecha AAAA-MM-DD 4. Número

--	--	--

III. IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN DE CAMBIO ANTERIOR
 5. Nit del I.M.C o Código cuenta de compensación 6. Fecha AAAA-MM-DD 7. Número

--	--	--

IV. IDENTIFICACIÓN DEL EXPORTADOR
 8. Tipo 9. Número de identificación DV 10. Nombre o razón social

--	--	--	--

V. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN
 11. Código moneda reintegro 12. Valor moneda reintegro 13. Tipo de cambio a USD

--	--	--

Para los fines previstos en el artículo 83 de la constitución política de Colombia, declaro bajo la gravedad de juramento que los conceptos, cantidades y demás datos consignados en el presente formulario son correctos y la fiel expresión de la verdad.

VI. IDENTIFICACIÓN DEL DECLARANTE
 14. Nombre 15. Número de identificación 16. Firma

--	--	--

Observaciones:

INFORMACIÓN REQUERIDA POR LA DIAN:
VII. INFORMACIÓN DE LOS DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN
 (Declaración de exportación / Formulario de movimiento de mercancías y/o Factura Comercial)


17. Número	18. Fecha AAAA-MM-DD	19. Numeral	20. Valor reintegrado USD
21. Total valor FOB			
22. Total gastos de exportación (numeral cambiario 1510)			
23. Deduciones (numeral cambiario 2016)			
24. Reintegro neto (FOB + gastos - deducciones)			

1

Nota: tomado de Banco de la República (2020). *Formulario Declaración de Cambio por Exportaciones de Bienes.* <https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/paginas/f220031201.pdf>

Anexo 2. Registro, Informe de Movimientos y/o Cancelación Cuenta de Compensación.

Formulario No. 10



Registro, Informe de Movimientos y/o Cancelación Cuenta de Compensación
Formulario No. 10
 Circular Reglamentaria Externa DCIN - 83 31 de marzo de 2017

Formulario No.10

USO EXCLUSIVO DEL BANCO DE LA REPUBLICA

I. OPERACIÓN

1. Tipo de operación

2. Registro Fecha (AAAA-MM-DD)

Informe de movimientos Período reportado (AAAA-MM)

Cancelación del registro Fecha (AAAA-MM-DD)

3. Código asignado por el Banco de la República

II. IDENTIFICACIÓN DEL TITULAR DE LA CUENTA

4. Tipo 5. Número de identificación DV 6. Nombre o razón social

7. Código ciudad 8. Dirección

9. Teléfono 10. Código CIU

CONSORCIO, UNIÓN TEMPORAL, SOCIEDAD DE HECHO O CONSTITUYENTES FIDUCIARIOS

11. Tipo 12. Número de identificación DV 13. Nombre

III. IDENTIFICACIÓN DE LA CUENTA EN EL EXTERIOR

14. Nombre del banco 15. Código país 16. Código ciudad

17. Número de la cuenta 18. Código moneda

IV. INFORME DE MOVIMIENTOS CUENTA DE COMPENSACIÓN

19. Sin movimiento

A. NUMERALES CAMBIARIOS

20. Numeral ingreso	21. Valor ingreso	22. Numeral egreso	23. Valor egreso

B. NUMERALES CAMBIARIOS POR DEVOLUCIONES

24. Numeral egreso	25. Valor ingreso	26. Numeral ingreso	27. Valor egreso

28. Saldo Anterior	29. Ingresos del periodo (21+25)	30. Egresos del periodo (23+27)	31. Nuevo saldo

C. INVERSIONES FINANCIERAS

32. Nuevo saldo inversiones financieras 33. Overnight pendientes de redención a fin de mes

D. IDENTIFICACIÓN DEL TITULAR (CONTRAPARTE) VENDEDOR O COMPRADOR O IMC - IDENTIFICACIÓN DEL TITULAR CONTRAPARTE DE UNA OPERACIÓN INTERNA

34. Tipo	35. Número de identificación	DV	36. Código asignado en el BR	37. Numeral	38. Valor

Para los fines previstos en el artículo 83 de la Constitución Política de Colombia, declaro bajo la gravedad de juramento que los conceptos, cantidades y demás datos consignados en el presente formulario son correctos y la fiel expresión de la verdad.

V. IDENTIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL, APODERADO O TITULAR DE LA CUENTA

39. Tipo 40. Número de identificación 41. Nombre 42. Firma

43. Dirección para notificación 44. Código ciudad 45. Teléfono 46. Correo electrónico

Para uso exclusivo del Banco de la República

Nota: tomado de Banco de la República (2020). Formulario Registro, informe de movimientos y/o cancelación cuenta de compensación.

<https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/reglamentacion/archivos/Formulario%20No.%2010%20f.pdf>

Anexo 3. Cotización Novafreight a Gerente de BonDent en 2019 (4 páginas)

COTIZACION CLIENTE ACTUAL
FOC008.4
Página 1 de 4
CJGEM_149_2019V1



Medellín, noviembre 15 de 2019

Señor
Rubén Ramírez Giraldo
Gerente
BonDent
Medellín

Asunto: Oferta de Servicio Coordinación de Embarque LCL

Estimado Sr. Rubén

Para NOVAFREIGHT S.A.S es un gusto atender la solicitud de cotización de nuestros servicios de operador logístico. Esperamos que nuestra oferta comercial cumpla con sus expectativas y quedamos atentos a resolver cualquier inquietud sobre la presente propuesta:

1. Características Generales del Despacho LCL:

Tipo de Operación:	Exportación Marítima LCL
Origen:	Buenaventura
Destino:	Callao
Incoterm:	CIF
Peso:	433 Kgs
Volumen:	2.06
Mercancía:	Carga general
Vigencia Cotización:	Noviembre 30 de 2019
Tiempo de Tránsito:	3 - 5 días
Frecuencia	Semanal
Servicio	Directo

2. Propuesta Comercial

2.1 Coordinación Exportación Marítima LCL

CONCEPTO	TARIFA	LIQUIDACIÓN
Transporte Medellín – Buenaventura	USD 170,00	USD 170,00
Flete Internacional	USD 15,00 Ton/ Mt3 Min USD 25,00	Min USD 25,00
Consolidación	USD 15,00 Ton / Mt3 Min USD 80,00	Min USD 80,00
Handling	USD 50,00	USD 50,00
Documentación	USD 70,00	USD 70,00
Bodegaje	Al costo	Al costo
VGM	USD 40,00	USD 40,00
Mounting	USD 3,00 Ton/ Mt3 Min USD 30,00	Min USD 30,00
Aduana Exportación	USD 200,00	USD 200,00

TOTAL FLETE Y GASTOS: USD 665,00

CONTÁCTENOS

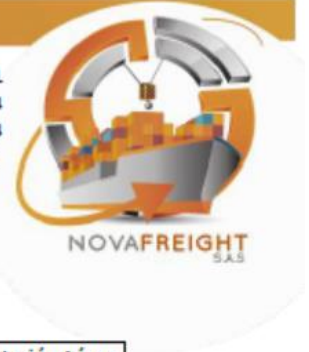
(4) 322 88 65
(57) 3508024634



MEDELLÍN CC Mayorca
Mega PlazaPlaza Empresarial
Of. 1119
Cra 48 Cl 50 Sur 128.Sabaneta

SEDES

BOGOTÁ
CARTAGENA
BUENAVENTURA



3. Características Generales del Despacho Aéreo:

Tipo de Operación:	Exportación Aérea
Origen:	Medellín
Destino:	Lima
Incoterm:	CIF
Peso:	433 Kgs
Volumen:	2.06
Mercancía:	Carga general
Vigencia Cotización:	Noviembre 30 de 2019
Tiempo de Tránsito:	2 días
Frecuencia	Semanal
Servicio	Via Bogotá

CONCEPTO	TARIFA	LIQUIDACIÓN
Due Carrier	USD 40,00	USD 40,00
Due Agent	USD 40,00	USD 40,00
Handling	USD 35,00	USD 35,00
AWB	USD 50,00	USD 50,00
Inspección Antinarcoóticos (Si requiere)	USD 0,08 x Kg Vol Minima USD 30,00	USD 34,64

CONCEPTO	TARIFA	LIQUIDACIÓN
Flete Aéreo	+300 Kg USD 1,30 x Kg	USD 562,90
Fuel Surcharge	USD 0,30 x Kg	USD 129,90

Gastos en Destino

Liberación	Por cuenta del importador
Tributos Aduaneros	Por cuenta del importador
Aduana importación	Por cuenta del importador

TOTAL FLETE Y GASTOS: USD 857,80

Notas:

- Las tarifas aplican para carga general, no peligrosa, apilable no extradimensionada.
- Otros recargos incurridos en la operación serán cobrados al costo.

3.1 Seguro de Transporte Internacional

CONCEPTO	TARIFA
AdValorem	0.30 % sobre el valor de la mercancía
Mínima	USD 50,00

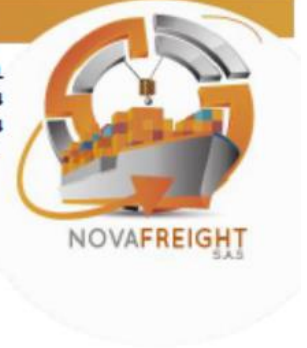


CONTÁCTENOS
(4) 322 88 65
(57) 3508024634



MEDELLÍN CC Mayorca
Mega PlazaPlaza Empresarial
Of. 1119
Cra 48 Cl 50 Sur 128.Sabaneta

SEDES
BOGOTÁ
CARTAGENA
BUENAVENTURA



4. Condiciones Generales de la Oferta

- Los valores indicados no incluyen el IVA
- Los valores cotizados en moneda extranjera se liquidarán a la fecha de pago por parte del cliente + 30 pesos siempre y cuando no sea inferior a la tasa de liquidación de la factura comercial.
- Los costos asociados a la cuenta de fletes se liquidarán adoptando el mayor valor resultante de la TRM del día de zarpe o fecha de facturación + 30 pesos
- Tarifas e itinerarios sujetos a cambios sin previo aviso por parte del naviero.
- NOVAFREIGHT S.A.S no iniciará operaciones hasta tanto no sean aportados todos los documentos exigidos por la circular 170 ó las normas que la sustituyan.
- NOVAFREIGHT S.A.S, se compromete a poner todo su conocimiento y cuidado en pro de lograr los mejores resultados en la coordinación logística en comercio exterior del importador/exportador.
- La presente oferta se considera aceptada, una vez se reciba la instrucción/confirmación de efectuar el embarque por parte del cliente, declarando ó reconociendo su carácter de Contratante en todas las obligaciones.
- Al aceptar la oferta, se reconoce el carácter ejecutivo de las obligaciones que se derivan de la misma, reconociendo como título ejecutivo, todas las facturas y cuentas de cobro que emita NOVAFREIGHT, bien sea conceptos facturados directamente o en nombre de terceros. Incluye las variaciones en los precios u otras condiciones, que no siendo parte de la oferta inicial, se causen como gastos asociados a los servicios prestados.
- El cliente garantiza a NOVAFREIGHT S.A.S la veracidad y exactitud de la información entregada de la mercancía, tales como peso, volumen, valor, naturaleza de la mercancía, cuidado especiales, entre otros. Al momento de nacionalizar la mercancía es obligatoria la presentación del documento de transporte original. La información de la mercancía para la elaboración de los documentos de transporte, es tomada directamente de datos suministrados por los proveedores del contratante en el exterior.
- El contratante deberá informar a sus proveedores los perjuicios que ocasiona la información incorrecta en los documentos (peso, volumen, número de piezas, descripción de la mercancía etc.). El importador-exportador asumirá las multas o sanciones aduaneras originadas por la información errónea dada por parte del exportador ó proveedor al igual que el costo de bodegajes y/o alquiler del contenedor y otros eventos ajenos a NOVAFREIGHT (por ejemplo: Huelgas, festivos, reinados etc.). NOVAFREIGHT Se exime de responsabilidad en estos casos.
- Conceptos como descargue de mercancía del vehículo a puerto, zunchado y armado después de inspección antinarcóticos, embalaje o reembalaje de la carga, fumigaciones, uso de instalaciones portuarias o extra costos a que haya lugar; serán facturados al costo con sus respectivos soportes.
- La revisión y visto bueno de borradores de BI's para mercancía a exportar es por cuenta y riesgo directamente del cliente, lo cual implica que en caso de error, toda la responsabilidad será asumida directamente por este y se exonera al 100% de toda consecuencia a NOVAFREIGHT S.A.S
- NOVAFREIGHT no se responsabiliza por el embarque de cargas que hayan sido recibido por fuera de los plazos establecidos para el cierre de los consolidados, igualmente queda eximido del pago de los extra costos que por dicho retraso puedan generarse.
- NOVAFREIGHT no es responsable por cambios, demoras, imprevistos o fuerzas mayores que tengan las líneas involucradas en sus diversos movimientos.
- El no pago oportuno de las facturas mensuales, causará intereses por mora a la tasa de interés más alta permitida por la ley, sin perjuicio de las acciones legales a que haya lugar.



CONTÁCTENOS
(4) 322 88 65
(57) 3508024634



MEDELLÍN CC Mayorca
Mega PlazaPlaza Empresarial
Of. 1119
Cra 48 Cl 50 Sur 128.Sabaneta

SEDES

BOGOTÁ
CARTAGENA
BUENAVENTURA



- Devolución del contenedor: Facturaremos al costo de la naviera en caso de no ser recibido en el interior del país. Los costos de inspección de contenedor en el puerto así como los daños y limpieza, serán cobrados cuando haya lugar a éstos y se facturan adjuntado el soporte correspondiente.
- La presente oferta comercial hace parte integral del Contrato De Coordinación De Servicios Logísticos que se encuentra en la página de internet www.novafreight.com.co. Las obligaciones y derechos que se deriven de la presente oferta, se regirán por la integridad de dicho contrato y lo regulado por el Código de Comercio y ley mercantil de Colombia; teniéndose para todos los efectos como jurisdicción contractual la Republica de Colombia.
- En todas nuestras transacciones se generara el reembolso GMF (Gravamen por movimiento financiero) sobre los valores que no generan IVA (0.4%).
- Para la prestación de los servicios que se decida tomar con NOVAFREIGHT S.A.S, se sugiere previamente asegurar las mercancías ante cualquier eventualidad que se pueda presentar en virtud que NOVAFREIGHT no asume el costo de las mismas. Si es de su interés a través de nuestra Organización, se pueden obtener las Pólizas de seguros que a bien se pretendan establecer.
- NOVAFREIGHT S.A.S. actúa en su calidad de Operador Logístico, nuestras labores son de medio y no de resultado por tanto no asumimos responsabilidad por daños y pérdidas de mercancías, pues están bajo custodia de transportadores y otros prestadores de servicios logísticos contratados. Si se presentan eventos de los que se deriven daños o perdidas, el cliente deberá presentar ante los prestadores directos del servicio su reclamación a su nombre y por su propia cuenta.
- Cualquier Servicio adicional no incluido en la presente oferta, será cotizado de manera independiente de acuerdo con su necesidad.

Cordialmente,

CAMILO JIMENEZ GIRALDO
Director
NOVAFREIGHT SAS



CONTÁCTENOS
(4) 322 88 65
(57) 3508024634



MEDELLÍN CC Mayorca
Mega PlazaPlaza Empresarial
Of. 1119
Cra 48 Cl 50 Sur 128.Sabaneta

SEDES

BOGOTÁ
CARTAGENA
BUENAVENTURA

Anexo 4. Cotización Novafreight a Gerente de BonDent en 2020 (4 páginas)

COTIZACION CLIENTE ACTUAL
FOCO08.4
Página 1 de 4
CJGEA_149_2020V2



Medellín, enero 31 de 2020

Señor
Rubén Ramírez Giraldo
Gerente
BonDent
Medellín

Asunto: Oferta de Servicio Coordinación de Embarque LCL

Estimado Sr. Rubén

Para NOVAFREIGHT S.A.S es un gusto atender la solicitud de cotización de nuestros servicios de operador logístico. Esperamos que nuestra oferta comercial cumpla con sus expectativas y quedamos atentos a resolver cualquier inquietud sobre la presente propuesta:

1. Características Generales del Despacho Aéreo:

Tipo de Operación:	Exportación Aérea
Origen:	Medellín
Destino:	Lima
Incoterm:	DAP
Peso:	433 Kgs
Volumen:	2.06
Peso Cargable:	433 Kgs
Mercancía:	Carga general
Vigencia Cotización:	Noviembre 30 de 2019
Tiempo de Tránsito:	2 días
Frecuencia	Semanal
Servicio	Vía Bogotá

2. Propuesta comercial

CONCEPTO	TARIFA	LIQUIDACIÓN
Transporte Medellín – Rionegro	USD 80,00	USD 80,00
Due Carrier	USD 40,00	USD 40,00
Due Agent	USD 40,00	USD 40,00
Handling	USD 35,00	USD 35,00
AWB	USD 50,00	USD 50,00
Inspección Antinarcóticos (Si requiere)	USD 0,08 x Kg Vol Minima USD 30,00	USD 34,64

CONCEPTO	TARIFA	LIQUIDACIÓN
Flete Aéreo	(Tarifa + 300 Kg) USD 1,30 x Kg	USD 562,90
Fuel Surcharge	USD 0,30 x Kg	USD 129,90
Aduana de Exportación	USD 200,00	USD 200,00



CONTÁCTENOS
(4) 322 88 65
(57) 3508024634



MEDELLÍN Ed
LATITUD SUR
Of. 908
CII 60B Sur N°44-100 Sabaneta

SEDES

BOGOTÁ
CARTAGENA
BUENAVENTURA



Gastos en Destino

CONCEPTO	TARIFA	LIQUIDACIÓN
Liberación	USD 90,00	USD 90,00
Aduana importación	USD 250,00	USD 250,00
Transporte Local	USD 180,00	USD 180,00

TOTAL FLETE Y GASTOS: USD 1.692,44

Notas:

- En el total flete y gastos no está incluido la inspección antinarcoóticos, de ser necesaria, habrá que sumar el valor a la tarifa final.
- Las tarifas aplican para carga general, no peligrosa, apilable no extradimensionada.
- Otros recargos incurridos en la operación serán cobrados al costo.

2.1 Seguro de Transporte Internacional

CONCEPTO	TARIFA
AdValorem	0.30 % sobre el valor de la mercancía
Mínima	USD 50,00

3. Condiciones Generales de la Oferta

- Los valores indicados no incluyen el IVA
- Los valores cotizados en moneda extranjera se liquidarán a la fecha de pago por parte del cliente + 30 pesos siempre y cuando no sea inferior a la tasa de liquidación de la factura comercial.
- Los costos asociados a la cuenta de fletes se liquidarán adoptando el mayor valor resultante de la TRM del día de zarpe o fecha de facturación + 30 pesos
- Tarifas e itinerarios sujetos a cambios sin previo aviso por parte del naviero.
- NOVAFREIGHT S.A.S no iniciará operaciones hasta tanto no sean aportados todos los documentos exigidos por la circular 170 ó las normas que la sustituyan.
- NOVAFREIGHT S.A.S, se compromete a poner todo su conocimiento y cuidado en pro de lograr los mejores resultados en la coordinación logística en comercio exterior del importador/exportador.
- La presente oferta se considera aceptada, una vez se reciba la instrucción/confirmación de efectuar el embarque por parte del cliente, declarando ó reconociendo su carácter de Contratante en todas las obligaciones.
- Al aceptar la oferta, se reconoce el carácter ejecutivo de las obligaciones que se derivan de la misma, reconociendo como título ejecutivo, todas las facturas y cuentas de cobro que emita NOVAFREIGHT, bien sea conceptos facturados directamente o en nombre de terceros. Incluye las variaciones en los precios u otras condiciones, que no siendo parte de la oferta inicial, se causen como gastos asociados a los servicios prestados.
- El cliente garantiza a NOVAFREIGHT S.A.S la veracidad y exactitud de la información entregada de la mercancía, tales como peso, volumen, valor, naturaleza de la mercancía, cuidado especiales, entre



CONTÁCTENOS
(4) 322 88 65
(57) 3508024634



MEDELLÍN Ed
LATITUD SUR
Of. 908
CII 60B Sur N°44-100 Sabaneta

SEDES

BOGOTÁ
CARTAGENA
BUENAVENTURA