

PLAN DE EXPORTACIÓN DE ROPA DEPORTIVA HACIA ESTADOS UNIDOS

ERICK JERAMMY ALBA GARZON

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES E INTEGRACIÓN
ECONÓMICA
BOGOTÁ D.C.
2020

PLAN DE EXPORTACIÓN DE ROPA DEPORTIVA HACIA ESTADOS UNIDOS

ERICK JERAMMY ALBA GARZON

Monografía para optar por el título de Especialista en
Negocios Internacionales e Integración Económica

Orientador
DESIDERIO LOPEZ NIÑO
Docente investigador

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES E INTEGRACIÓN
ECONÓMICA
BOGOTÁ D.C.
2020

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del Director de la Especialización

Firma del Calificador

Bogotá D.C. Julio 2020.

DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD

Presidente de la Universidad y Rector del Claustro.

Dr. Mario Posada García Peña

Consejero Institucional.

Dr. Luis Jaime Posada García-Peña

Vicerrectora Académica y de Investigaciones.

Dra. María Claudia Aponte González

Vicerrector Administrativo y Financiero

Dr. Ricardo Alfonso Peñaranda Castro

Secretario General.

Dra. Alexandra Mejía Guzmán

Decano Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

Dr. Marcel Hofstetter Gascon

Directora especialización en Negocios Internacionales e Integración Económica.

Dra. Luz Rocío Corredor González

Las directivas de la Universidad de América, los jurados calificadores y el cuerpo docente no son responsables por los criterios e ideas expuestas en el presente documento. Estos corresponden únicamente a los autores.

DEDICATORIA

Le dedico este trabajo a Dios, por haberme permitido realizar esta etapa de mi vida profesional , le dedico este trabajo a mis padres, pilar fundamental para mi formación académica a lo largo de mi vida y por su apoyo en todo el desarrollo profesional, y a mi compañera de vida, Valkyria, por darme su comprensión en todo el desarrollo de este trabajo.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a mi familia por haberme apoyado en todo este proceso de la creación de este trabajo, agradezco a mi compañera de vida por estar incondicionalmente, a la Universidad De América por brindarme las herramientas necesarias para la creación de este trabajo y a todas aquellas personas que han sido una fuente de conocimiento para la creación de este documento.

CONTENIDO

	pág.
GLOSARIO	12
RESUMEN	16
ABSTRACT	17
INTRODUCCIÓN	18
1. OBJETIVOS	21
1.2 Objetivo general	21
1.3 Objetivos específicos	21
2. MARCO TEORICO	22
2.1 MODELO DE LAS 4PS	22
2.1.1 Producto	22
2.1.2 Precio	22
2.1.3 Distribución	23
2.1.4 Comunicación	23
2.2 NORMAS TÉCNICAS QUE RIGEN A LA ROPA DEPORTIVA EN ESTADOS UNIDOS	23
2.2.1 Normas de etiquetado	23
2.3 NORMATIVIDAD COMERCIAL EN ESTADOS UNIDOS EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE CON RESPECTO A ROPA DEPORTIVA	24
2.3.1 Reglas de origen	25
2.3.2 Leyes antidumping establecidas en los tratados de libre comercio con Estados Unidos	27
2.4 VIABILIDAD FINANCIERA DE LA EXPORTACIÓN DE ROPA DEPORTIVA A ESTADOS UNIDOS	30
3. METODOLOGÍA	32
4.NORMAS TÉCNICAS QUE RIGEN A LA ROPA DEPORTIVA EN ESTADOS UNIDOS PARA SU POSTERIOR EXPORTACIÓN	34
4.1 ETIQUETADO	34
4.2 GARANTÍAS SOBRE LA VERACIDAD DEL CONTENIDO DE FIBRAS TEXTILES	36
4.3INSTRUCCIONES PARA EL CUIDADO DE TEJIDOS Y PRENDAS DE VESTIR	38
4.4 NORMAS DE INFLAMABILIDAD DE TEXTILES	39

4.5 REQUISITOS DE INFLAMABILIDAD ESPECÍFICOS PARA VESTIMENTA TEXTIL	40
4.5.1 Tejidos para la confección de ropa y ciertos accesorios de vestir.	40
4.5.2 Tipos de inflamabilidad	41
4.6 MARCAS	42
4.7 PATENTES	43
5. NORMATIVIDAD COMERCIAL EN ESTADOS UNIDOS EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE CON RESPECTO A ROPA DEPORTIVA	44
5.1 NORMAS DE ORIGEN	44
5.2 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA Y SU IMPORTANCIA EN LAS NORMAS DE ORIGEN	45
5.3 ACUERDO DE PROMOCIÓN COMERCIAL ENTRE ESTADOS UNIDOS-COLOMBIA Y SUS REGLAS CON RESPECTO A LAS NORMAS DE ORIGEN	46
5.4 CERTIFICADO DE ORIGEN	48
5.5 POLÍTICAS ANTIDUMPING EN ESTADOS UNIDOS	50
5.6 MEDIDAS DE SALVAGUARDIA	52
6. VIABILIDAD FINANCIERA DE LA EXPORTACIÓN DE ROPA DEPORTIVA A ESTADOS UNIDOS EN UNA PROYECCIÓN DE 6 AÑOS	55
6.1 CANTIDAD DE PRENDAS QUE SE EXPORTARAN	55
6.2 COSTOS DE EXPORTACIÓN	56
6.3 EMBALAJE	60
6.4 MODALIDAD DE EXPORTACIÓN (ICONTERMS)	62
6.5 COSTOS DE VENTA	65
6.6 MODELO DE COMERCIALIZACIÓN- CANVAS	66
6.7 PROYECCIÓN DE VENTAS	68
6.8 VIABILIDAD FINANCIERA	69
CONCLUSIONES	71
RECOMENDACIONES	73
BIBLIOGRAFIA	74

LISTA DE IMAGENES

	Pág.
Imagen 1. El tamaño del mercado deportivo de los Estados Unidos	31
Imagen 2. Maquina para realizar pruebas de inflamabilidad en fibras textiles	41
Imagen 3: Condiciones que no hacen originaria una mercancía	48
Imagen 4: Costos de primer envío en pesos	57
Imagen 5: Costos de envío en pesos del segundo envío	58
Imagen 6: Costos de envío en pesos del tercer envío	58
Imagen 7: Costos de envío en pesos del tercer envío	59
Imagen 8: Costo de flete en Estados Unidos	59
Imagen 9: Tipos de símbolos según la norma ISO 780	61
Imagen 10: Incoterm en la modalidad de DPU o DELIVERED AT PLACE	62

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Cantidad de prendas a exportar	55
Tabla 2. Costos de envío	56
Tabla 3. Costos de venta de la exportación de ropa deportiva a Estados Unidos	65
Tabla 4. Costo de tiquetes del viaje Bogotá-Miami ida y vuelta	66
Tabla 5. Costo de viaje hacia Miami	66
Tabla 6. Costo de la campaña publicitaria	66
Tabla 7. Proyección de ventas para el primer año	68
Tabla 8. Precios de cada prenda deportiva	68
Tabla 9. Estado de resultados de la proyección financiera	69

LISTA DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen 1. El tamaño del mercado deportivo de los Estados Unidos	31
Imagen 2. Maquina para realizar pruebas de inflamabilidad en fibras textiles.	41
Imagen 3. Condiciones que no hacen originaria una mercancía	48
Imagen 4. Costos de primer envío en pesos	57
Imagen 5. Costos de envío en pesos del segundo envío	58
Imagen 6. Costos de envío en pesos del tercer envío	58
Imagen 7. Costos de envío en pesos del tercer envío	59
Imagen 8. Costo de flete en Estados Unidos	59
Imagen 9. Tipos de símbolos según la norma ISO 780	61
Imagen 10. Incoterm en la modalidad de DPU o DELIVERED AT PLACE	62

GLOSARIO

ARANCEL: De acuerdo con ECONOMIPEDIA¹, es una tarifa a pagar por el derecho de permitir el ingreso de una mercancía al país.

BARRERAS COMERCIALES: De acuerdo con ECONOMIPEDIA² son aquellas normas o circunstancias que dificulta las negociaciones y el libre comercio entre países.

BARRERAS TÉCNICAS: De acuerdo con ECONOMIPEDIA³ son aquellas normas o dificultad tecnológica que dificulta la entrada de productos o mercancías a un país.

COMERCIO INTERNACIONAL: De acuerdo con ECONOMIPEDIA⁴ son aquellas actividades comerciales en donde se vende recursos, bienes, mercancías, recursos, etc., entre diferentes países.

COSTO DE PRODUCCIÓN: De acuerdo con WORDREFERENCE⁵, son aquellos gastos que se generan para fabricar un producto.

DUMPING: De acuerdo con ECONOMIPEDIA⁶ es una práctica comercial en donde se vende un objeto o mercancía comercial por debajo del precio normal o regulado.

EXPORTACIÓN: De acuerdo con ECONOMIPEDIA⁷ es un bien, servicio o mercancía que se envía fuera del país para ser vendidos o utilizados en territorio extranjero.

FIBRAS TEXTILES: De acuerdo con WORDREFERENCE⁸, son los materiales que se utilizan para la fabricación de prendas textiles.

¹ ECONOMIPEDIA. Diccionario económico. [Sitio Web]. Sec. Publicaciones. s.f. [Consultado 15, Julio, 2020]. Disponible en internet: <https://economipedia.com/definiciones>

² Ibid

³ Ibid

⁴ Ibid

⁵ WORDREFERENCE. Diccionario económico. [Sitio Web]. Sec. Publicaciones. s.f. [Consultado 15, Julio, 2020]. Disponible en internet: <https://www.wordreference.com/>

⁶ ECONOMIPEDIA. Diccionario económico. [Sitio Web]. Sec. Publicaciones. s.f. [Consultado 15, Julio, 2020]. Disponible en internet: <https://economipedia.com/definiciones>

⁷ Ibid

⁸ WORDREFERENCE. Diccionario económico. [Sitio Web]. Sec. Publicaciones. s.f. [Consultado 15, Julio, 2020]. Disponible en internet: <https://www.wordreference.com/>

INCOTERM: De acuerdo con ECONOMIPEDIA⁹, son los términos de compraventa para repartir las responsabilidades del transporte, envío y recepción de mercancía.

INFLAMABILIDAD: De acuerdo con WORDREFERENCE¹⁰, característica de un producto para prenderse con fuego con facilidad.

INNOVACIÓN: De acuerdo con ECONOMIPEDIA¹¹, es aquel cambio que se realiza para generar un cambio para mejorar un proceso o producto.

LEGISLACIÓN: De acuerdo con ECONOMIPEDIA¹², es un conjunto de leyes o normas que regulan alguna actividad en un país.

LICRAS: De acuerdo con WORDREFERENCE¹³, es un tejido elaborado sintéticamente para la fabricación de diferentes prendas.

MERCADO DEPORTIVO: De acuerdo con ECONOMIPEDIA¹⁴, es aquella sección del mercado en donde se comercializa aquellos servicios o bienes que se relaciona con actividades deportivas.

NORMAS TÉCNICAS: De acuerdo con ECONOMIPEDIA¹⁵, es aquel documento referente que define las especificaciones técnicas que debe tener un producto para circular en el país.

OPERADOR LOGÍSTICO: De acuerdo con ECONOMIPEDIA¹⁶, es una empresa que se encarga de prestar el servicio para elaborar las operaciones logísticas de un envío.

⁹ ECONOMIPEDIA. Diccionario económico. [Sitio Web]. Sec. Publicaciones. s.f. [Consultado 15, Julio, 2020]. Disponible en internet: <https://economipedia.com/definiciones>

¹⁰ WORDREFERENCE. Diccionario económico. [Sitio Web]. Sec. Publicaciones. s.f. [Consultado 15, Julio, 2020]. Disponible en internet: <https://www.wordreference.com/>

¹¹ ECONOMIPEDIA. Diccionario económico. [Sitio Web]. Sec. Publicaciones. s.f. [Consultado 15, Julio, 2020]. Disponible en internet: <https://economipedia.com/definiciones>

¹² Ibid.

¹³ WORDREFERENCE. Diccionario económico. [Sitio Web]. Sec. Publicaciones. s.f. [Consultado 15, Julio, 2020]. Disponible en internet: <https://www.wordreference.com/>

¹⁴ ECONOMIPEDIA. Diccionario económico. [Sitio Web]. Sec. Publicaciones. s.f. [Consultado 15, Julio, 2020]. Disponible en internet: <https://economipedia.com/definiciones>

¹⁵ Ibid

¹⁶ Ibid

RENTABILIDAD: De acuerdo con ECONOMIPEDIA¹⁷, es la relación entre la inversión que se realiza a un proyecto y los beneficios que se obtiene con este.

ROPA DEPORTIVA: De acuerdo con WORDREFERENCE¹⁸, producto textil que es utilizado para realizar actividad deportiva o ejercicio.

T-SHIRTS: De acuerdo con WORDREFERENCE¹⁹, es una camiseta de manga corta, generalmente usado para practicar deporte.

VIABILIDAD FINANCIERA: De acuerdo con ECONOMIPEDIA²⁰, es una herramienta para determinar la rentabilidad de un proyecto para ponerlo en marcha o rechazar la ejecución del proyecto.

¹⁷ ECONOMIPEDIA. Diccionario económico. [Sitio Web]. Sec. Publicaciones. s.f. [Consultado 15, Julio, 2020]. Disponible en internet: <https://economipedia.com/definiciones>

¹⁸ WORDREFERENCE. Diccionario económico. [Sitio Web]. Sec. Publicaciones. s.f. [Consultado 15, Julio, 2020]. Disponible en internet: <https://www.wordreference.com/>

¹⁹ Ibid

²⁰ ECONOMIPEDIA. Diccionario económico. [Sitio Web]. Sec. Publicaciones. s.f. [Consultado 15, Julio, 2020]. Disponible en internet: <https://economipedia.com/definiciones>

RESUMEN

Para determinar la viabilidad de un plan de exportación de ropa deportiva hacia Estados Unidos, por lo que es importante saber que normas técnicas me puedo encontrar para entrar dicho producto a Estados Unidos y las regulaciones comerciales que existen en dicho país, donde se desarrolló una búsqueda de información para conocer este tipo de normas, a través de herramientas tales como base de datos, artículos que hablen sobre el tema, y además se realizó una entrevista a un experto en el tema para poder comprender diferentes aspectos del tema principal, también se analizó las distintas normativas comerciales que controlan el mercado en Estados Unidos, las normas comerciales más importantes para tener en cuenta para desarrollar este proyecto, por último, se realizó una proyección para determinar la viabilidad financiera de este plan de exportación, teniendo en cuenta los diferentes precios que existen en el mercado actual, a su vez, también se realizó distintas cotizaciones para determinar los costos de envío y venta de la ropa deportiva, para finalizar el trabajo, se concluye que el proyecto es viable teniendo en cuenta los precios actuales del mercado de ropa deportiva y además, se logra cumplir con los tres objetivos establecidos en este trabajo.

Palabras clave: exportación, ropa deportiva, Estados Unidos, viabilidad financiera, comercio internacional

ABSTRACT

To determine the feasibility of a sportswear export plan to the United States, so it is important to know what technical standards I can find to enter the product in the United States and the commercial regulations that exist in that country, where a search was carried out of information to know this type of norms, through tools such as a database, articles that talk about the subject, and an interview was also conducted with an expert in the subject in order to understand different aspects of the main subject, it was also analyzed the different trade regulations that control the market in the United States, the most important trade rules to take into account to develop this project, finally, a projection was made to determine the financial viability of this export plan, taking into account the different prices that exist in the current market, in turn, also made different quotes to determine the costs of shipping and selling sportswear, to finish the job, it is concluded that the project is viable taking into account the current prices of the sportswear market and also, it is possible to meet the three objectives established in this work.

Keywords: export, sportswear, United States, financial viability, international trade

INTRODUCCIÓN

Colombia ha sido un país reconocido entre otras cosas por la calidad de sus textiles, en el reciente tiempo, Estados Unidos ha comprado varios productos textiles, para llevarlos a sus mercados, otras marcas tienen maquilas en Colombia de camisetas, jenas, entre otros, esto hace que Colombia sea muy tenida en cuenta en el sector de los textiles, muchos de los que invierten en el país sudamericano, argumentan que la calidad de estos productos es muy buena y que los materiales que emplea (como el algodón), esto ha hecho que a Colombia se le abra las posibilidades para explorar diversos sectores de la industria textil, entre esos el sector textil deportivo. En relación a la ropa deportiva, el mundo de la moda y sobre todo la tecnificación e innovación de las prendas de vestir va evolucionando día a día, y en un mundo tan globalizado, las tendencias marcan una pauta para saber hacia dónde se debe apuntar y poder afrontar nuevos retos en el sector textil, dicho lo anterior, en Estados Unidos, se está volviendo cada vez más común el uso de ropa deportiva, no solo para un uso recreacional o deportivo, sino simplemente para uso diario.

Esta investigación servirá para dejar antecedentes para que en un futuro próximo, si se desea incursionar en el sector textil y más concretamente en el sector deportivo, saber qué características tiene este mercado, que normatividad rige todo este sector, que se ha hecho al respecto para avanzar en este tema y sobre todo, poder hacer realidad este proyecto, ya que debemos incursionar en otros mercados diferentes a los que tradicionalmente estamos acostumbrados dado que tenemos la suficiente infraestructura y la suficiente reglamentación para poder exportar ropa deportiva, que será de buena calidad e innovadora.

Según datos de ProColombia, en el último año las ventas de ropa deportiva en Estados Unidos fueron de US\$97.144 millones y se espera que en 2020 la categoría alcance alrededor de US\$132.600 millones, esto nos indica que el sector de la ropa deportiva realmente es una opción real de negocio, además de poder incursionar de manera correcta en este mercado nos dará una luz para abrir nuevos caminos y nuevas alianzas para expandir las marcas colombianas y demostrar la calidad de nuestros productos.

Además, la tendencia de utilizar ropa deportiva, no solo para practicar algún deporte en específico o para realizar ejercicio, si no también, usarlos para uso común, es decir, para todos los días, este hecho ha logrado que la demanda tenga un crecimiento para este tipo de mercado, ya que no solo las marcas deportivas, también las marcas tradicionales de ropa han empezado a lanzar líneas de ropa deportiva, todo para comenzar a abarcar la demanda que ha surgido últimamente, entonces este hecho nos hace ver como poco a poco este tipo de mercado va creciendo y es una necesidad latente.

Ahora bien, en Colombia, varias marcas reconocidas han empezado a lanzar ropa para este tipo de mercados, donde claramente se han dado cuenta que el

consumidor está comenzando a usar ropa deportiva como leggings o t-shirts, como uso del día a día, y no por querer hacer ejercicio, si no por la comodidad que ofrece el uso de estas prendas. Además, se busca generar empleo en Colombia, ya que, al crear la marca, se buscará ayudar a disminuir las tasas del desempleo y poder contribuir a la generación de empleo en Bogotá, además tendríamos el apoyo del gobierno nacional ya que este busca que se emprenda en diversos sectores para la generación de empleo, mejorar el PIB del país y ayudar a la mejora de la economía colombiana.

La vestimenta deportiva tiene un porcentaje considerable en el mercado deportivo, por lo que es una oportunidad de negocio penetrar este nicho de negocio, es importante entender que la industria del deporte ha influido para que las personas sientan la necesidad de practicar deporte y poder adquirir ropa deportiva, la clave es innovar en los materiales, para ofrecer más beneficios y en la calidad de estos mismos, sin dejar atrás el precio, en donde finalmente será uno de los factores claves para adquirir un producto. El grupo target por excelencia son los adolescentes, ya que ellos son los primeros en querer comprar ropa deportiva para practicar ejercicio y/o deporte en su rutina diaria, además, ellos han impuesto la moda de usar vestimenta deportiva como ropa que se puede utilizar no solo para hacer ejercicio o deporte, si no también usarlo como prendas cotidianas, haciendo que la demanda crezca aún más. Este hecho no es menor, ya que Colombia por su calidad en la manufactura de prendas textiles, puede ser un competidor fuerte en este aspecto, ya que ha habido muchas empresas que trabajan en forma de maquilas para este tipo de industrias, haciendo que exista una gran experiencia a la hora de realizar este tipo de ropa, por lo que es importante a la hora de la calidad de la ropa deportiva, hoy en día, es importante para que el cliente pueda sentir que la mercancía que está comprando, es a nivel de calidad muy buena y a un precio asequible.

Es importante aclarar que las exportaciones para este tipo de producto, no son muy representativas para el país, ya que es un mercado para el cual ha sido muy poco explorado por las marcas del país, por lo que es importante comprender que este mercado puede ser muy atractivo para aquellos inversionistas o emprendedores que deseen incursionar a un mercado potencial y con un ritmo creciente, además las barreras comerciales que anteriormente se han tenido con Estados Unidos, se han reducido con el tratado de libre comercio que se tiene con dicho país, por lo que es un poco más fácil el acceso a los mercados de Estados Unidos, además de que en cuanto al sector textil, se tiene unos mecanismos con los cuales es más fácil poder ingresar a este mercado.

Como ya hemos visto, este sector ha tenido una creciente demanda por parte de los estadounidenses, haciendo ver que existe una necesidad de ropa deportiva, por lo que surge la siguiente pregunta: ¿es viable la implementación de un plan de exportación de ropa deportiva hacia Estados Unidos?, para responder a esta pregunta es necesario saber y comprender las normas que me puedo encontrar y

que son exigidas para poder exportar dicha ropa a Estados Unidos, teniendo en cuenta que esto puede ser una barrera técnica para poder llevar a cabo un plan de exportación, adicionalmente, se debe entender cómo se encuentra la legislación comercial con respecto a los artículos mencionados, sabiendo que estados unidos es un país estricto en cuanto a proteger la industria textil (golpeada por importación Chinas), además de aprovechar el tratado de libre comercio que tiene Colombia con Estados Unidos.

Por último, es necesario realizar una proyección financiera para poder determinar la viabilidad del plan exportador, teniendo en cuenta diferentes variables económicas al momento de realizar estos análisis financieros, tales como el crecimiento del mercado, costos de producción, entre otros. En el documento vamos a encontrar los objetivos del trabajo, el marco teórico en el que nos apoyamos, a la metodología con al cual se desarrolló la investigación y el desarrollo temático de plan de exportación de ropa deportiva hacia Estados Unidos. Se termina con unas conclusiones donde se da cuenta de los resultados obtenidos y de las posibles.

1. OBJETIVOS

1.2 OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad de un plan de exportación de ropa deportiva a Estados Unidos.

1.3 Objetivos específicos

- Describir las normas técnicas que rigen a la ropa deportiva en Estados Unidos para su posterior exportación
- Conocer la normatividad comercial en Estados Unidos en el mercado estadounidense con respecto a ropa deportiva
- Determinar la viabilidad financiera de la exportación de ropa deportiva a Estados Unidos en una proyección de 6 años

2. MARCO TEORICO

A continuación, se mostrará todos aquellos temas que se va a bordar para poder desarrollar el tema principal de esta investigación:

2.1 MODELO DE LAS 4PS

El modelo escogido para comercializar la ropa deportiva en Estados Unidos será el modelo de las 4 PS, debido a que este modelo propone como pilares fundamentales el producto, el punto de venta, la promoción de productos y el precio, ya que estos pilares son una parte fundamental para poder promocionar y lograr ventas para un producto determinado, además de lograr objetivos marcados que se proponga la compañía.

Ahora bien, este método lo que busca es desarrollar el producto en el mercado a través del marketing, diseñando estrategias para poder entrar al mercado de una forma correcta y que pueda competir con los posibles rivales que se pueda presentar en el mercado, tomando en cuenta estas cuatro variables anteriormente mencionadas, ya que se entienden como pilares para entrar a un mercado y llevar el proceso de manera exitosa.

2.1.1 Producto: Como lo indica Diego Tirado²¹, es importante entender que el producto que se va a comercializar, teniendo factores como la innovación y el valor agregado que puede tener el producto, además de generar esos valores intangibles que generar una fidelización de los clientes, por lo que es importante entender cómo manejar el producto que se tiene, para generar el mayor provecho y tener un mayor en el mercado que se está implementando.

Además de hacer parte del producto procesos como los de postventa, que también puede ser ese valor agregado que se busca para el producto, por lo que es importante tener en cuenta diferentes factores que influyen en la decisión de compra del cliente con el producto que se está vendiendo.

2.1.2 Precio: Como lo indica Diego Tirado²², el precio es otro factor en donde es fundamental para los consumidores para tomar una decisión de compra, por lo que este modelo ofrece establecer el precio del producto basado en costos de producción, el valor de los competidores y el valor que se puede percibir que puede tener el producto, además de que permite definir diferentes estrategias para proponer el precio final para la venta del producto.

²¹ MONFERRER TIRADO, Diego. Fundamentos De Marketing. Barcelona: Universitat Jaume I, 2013.

²² Ibid.

2.1.3 Distribución : Como lo indica Diego Tirado²³, la distribución de los productos es importante para llevar a cabo procesos de despacho de pedidos a diferentes clientes, además de poder realizar la logística necesaria para que la distribución sea organizada, tales procesos son:

- Transporte
- Almacenamiento
- Despacho
- Distribución

Además de determinar el canal de distribución del producto, así como encontrar y definir aquellos operadores logísticos que den apoyo para la distribución y envíos, para la exportación de los productos.

2.1.4 Comunicación: Como lo indica Diego Tirado²⁴, es importante entender que el mensaje a transmitir es “compren mi producto”, por lo que una estrategia del marketing es importante para poder llegar al consumidor final, es importante el concepto de relaciones públicas, venta personal y un proceso de marketing que creen diferentes mensajes y pueda permitir que el consumidor pueda conocer de una mejor forma el producto, es importante este proceso ya que el marketing es una herramienta de difusión para que el producto llegue a más personas, sin necesidad de que vayan a una tienda física o que para llegar a conocerlo, debe tenerlo en físico.

2.2 NORMAS TÉCNICAS QUE RIGEN A LA ROPA DEPORTIVA EN ESTADOS UNIDOS

Como lo afirma Cristian Yepes²⁵, Estados Unidos es uno de los países más exigentes en temas normativos, por lo que es necesario realizar una revisión sobre las normas técnicas que rigen a las prendas deportivas para su exportación y posterior comercialización en Estados Unidos.

2.2.1 Normas de etiquetado: Las prendas de vestir comercializadas en Estados Unidos deben cumplir con las normas establecidas en los “Textile and apparel Acts” y estas son emitidas por dos instituciones: la FTC (Federal Trade Commission) y CBP (Customs and Border Protection Agency). Las marquillas deben contener la siguiente información y deben estar pegadas a la prenda de forma permanente:

²³ MONFERRER TIRADO, Diego. Fundamentos De Marketing. Barcelona: Universitat Jaume I, 2013.

²⁴ Ibid.

²⁵ YEPES, Cristian A. El Tratado de Libre Comercio Colombia-Estados Unidos: análisis crítico del discurso (ACD). En: Suma De Negocios. Jan 1, vol. 5, no. 10, p. 12-21

- El contenido de las fibras
- el país de origen
- la identidad del productor o del importador
- las instrucciones de lavado

Esta norma está regida por la Federal Trade Commission (FTC), esta institución estadounidense reglamenta todo lo que tiene que ver con los etiquetados de productos textiles, ningún fabricante puede saltarse esta norma, esto incluye a los fabricantes locales, ya que esta norma es una exigencia que nos pide la FTC y que se debe cumplir a cabalidad.

- **Protección de la seguridad del consumidor o usuario:** como lo afirma la Oficina económica y comercial de España²⁶, todos los productos de consumo, deben cumplir con las disposiciones generales de la ley Consumer Product Safety Act (CPSA), esto es por la posible peligrosidad que puedan presentar contra la salud y/o la integridad física del consumidor usuario.
- **Normas de inflamabilidad de textiles:** La CSPA regula que los productos textiles y sobre todo prendas de vestir, serán sometidas a diversas pruebas para determinar el grado de inflamabilidad que puede llegar a presentar los productos textiles, los garantías que debe presentar el fabricante en cuanto a pruebas de inflamabilidad o en su debido defecto someter a pruebas de inflamabilidad los tejidos de los cuales están hechos los productos, entre otras consideraciones.

Así mismo, la ley considera que existen tres tipos diferentes de inflamabilidad que están determinadas por diversas pruebas que se les hagan a las prendas que se van a comercializar en Estados Unidos, dependiendo del tipo, se puede o no permitir la entrada del producto e incluso su comercialización.

Todas estas normas y regulaciones están estipuladas en la Ley Flammable Fabrics Act, que es vigila por la CSPA, es clave entender que estas normas son de carácter obligatorio y que su incumplimiento, como también ocultar información sobre los materiales o productos de los que están hechos las prendas, hará que se impongan sanciones y el retiro de los productos del mercado estadounidense e incluso el impedimento de la entrada de estos productos al país norteamericano, por lo que es necesario cumplir en su totalidad estas exigencias.

2.3 NORMATIVIDAD COMERCIAL EN ESTADOS UNIDOS EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE CON RESPECTO A ROPA DEPORTIVA

Debido a los acuerdos pactados con Estados Unidos a través del TLC, los aranceles para para el sector textil es del 0%, recordemos que Es el Tratado de Libre Comercio

²⁶Oficina económica y comercial de España. Requisitos Para La Importación De Productos Textiles. Etiquetado Y Normas De Seguridad. PENNSYLVANIA: 2019. p. 3-17

(TLC) suscrito entre Colombia y EE.UU., el 22 de noviembre de 2006 y está vigente desde el 15 de mayo de 2012, por lo que por parte de los aranceles, no se tiene restricciones (teniendo en claro las normas técnicas y de origen que exige el mercado estadounidense además de las diversas instituciones que protegen al consumidor).

2.3.1 Reglas de origen: Según Beatriz Cubas²⁷, es importante tener en cuenta las reglas de origen que existen para todas las mercancías que llegan a Estados Unidos para determinar el origen de la mercancía, conocer el origen de las mercancías es indispensable para conocer los accesos a los beneficios arancelarios que pueden llegar a tener las mercancías, conocer de medidas de defensa comercial y para el cálculo de estadísticas comerciales.

Estas reglas son importantes para identificar la mercancía para que se puedan beneficiarse de los acuerdos internacionales que se tienen para así poder recibir los beneficios arancelarios de los cuales están estipulados en los acuerdos comerciales con Estados Unidos y demás países que se tenga tratados de libre comercio o similares, esto también es producto de la protección comercial que desea tener el país importador, para protegerse de prácticas fraudulentas que se puedan cometer, con el fin de que terceros se beneficien de estos acuerdos y así puedan evadir impuestos arancelarios para aquellos que no hacen parte del acuerdo o tratado. Según Beatriz Cubas²⁸, estas reglas son necesarias para la protección de la producción nacional de los países importadores, ya que sería considerada competencia desleal al no tener igualdad de condiciones en términos arancelarios, ya que estos impuestos regulan en parte el precio en el mercado de los artículos o mercancías .

-Clasificación arancelaria de una mercancía: La clasificación arancelaria es importante para conocer los diferentes beneficios y/o descuentos que puede tener la mercancía que se encuentra en aduanas, como también cobrar los aranceles que están estipulados en los acuerdos comerciales internacionales, en este sentido es necesario conocer la subpartida arancelaria para poder conocer las restricciones que pueda tener la mercancía para entrar al país importador con el fin de la defensa comercial para el sector en el cual se quiere incursionar, además de determinar si se cumple o no las reglas de origen que se tiene en el país.

Es importante conocer la clasificación arancelaria para poder aplicar las normas de origen, ya que en caso de que los materiales empleados en la producción de los productos que van a entrar al país importador, se les aplique los debidos aranceles

²⁷ CUBAS, Beatriz. Manual Práctico Para El Sector Textil - Confecciones. 1 ed. Colombia: Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, 2013. p. 10-34

²⁸ Ibid.

o en su defecto rechazarlo, ya que se aplica el REO (regla específica de origen) en donde es necesario conocer la subpartida arancelaria.

“Antes de la puesta en vigencia de este Acuerdo, las exportaciones de Colombia a EE.UU. gozaban de preferencias arancelarias unilaterales, a través del ATPA3, ATPDEA4 y del SGP5. Con la entrada en vigencia del APC, las preferencias unilaterales dejaron de aplicarse, por lo tanto, las exportaciones colombianas no pueden acogerse a éstas. Las nuevas reglas de origen del APC son distintas no solo para el sector textil confecciones, sino para el total de mercancías”²⁹.

Se debe tener en cuenta que no por el hecho de que los productos son producidos en su país de origen, no implica que los artículos automáticamente se conviertan en productos originarios, se debe tener en cuenta los materiales, ya que estos deben ser originarios de países que estén dentro del acuerdo para la reducción de aranceles, de lo contrario, los aranceles se cobrarán según corresponda el impuesto que la ley haya establecido.

Recientemente, Estados Unidos ha hecho esfuerzos para proteger las empresas norteamericanas, todo esto porque los diferentes sectores económicos se han visto afectados por los productos extranjeros que han entrado al país por lo diferentes acuerdos que ha entablado gobiernos anteriores, por lo que el mercado norteamericano en la mayoría de los casos, está dominado por productos no originarios de Estados Unidos, por lo que el proteccionismo y las normas antidumping son importantes conocerlas, ya que se va a incursionar a un mercado en donde la oferta-demanda está creciendo en los últimos meses, según Juan Arregui³⁰, la competencia es alta y la vigilancia de las instituciones que regulan los precios de este mercado estarán exigiendo de las normas al cien por ciento.

Estas medidas son prenda de garantía para la protección de la economía interna, esto para proteger la industria estadounidense y el posible daño que pueda ocasionar las importaciones que realiza el país norteamericano, no afecte a la industria local, esto no implica que estas restricciones vayan a afectar los acuerdos o se convierta en una proeza penetrar el mercado estadounidense, de acuerdo con Cristian Yepes³¹, el acuerdo es precisamente para el libre comercio entre países que cooperan entre sí, pero es importante conocer estas políticas de defensa comercial para poder cumplir tanto con las demandas exigidas por el gobierno estadounidense como con las exigencias que el mercado en si exige.

²⁹ CUBAS,Beatriz. Manual Práctico Para El Sector Textil - Confecciones. 1 ed. Colombia: Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, 2013. p. 10-34

³⁰ GALARRAGA EZPONDA,Auxkin y ALDAZ ARREGUI,Juan. El deporte en la economía creativa: vínculos entre el desempeño industrial y la (re) producción cultural.

³¹ YEPES,Cristian A. El Tratado de Libre Comercio Colombia-Estados Unidos: análisis crítico del discurso (ACD). En: Suma De Negocios. Jan 1, vol. 5, no. 10, p. 12-21

2.3.2 Leyes antidumping establecidas en los tratados de libre comercio con Estados Unidos: Según Ana Cely³², El acuerdo pactado con Estados Unidos está sometido a las políticas antidumping que establece la Organización Mundial del Comercio y del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, en estas el objetivo primordial es que los estados puedan regular, vigilar y limitar el desarrollo de prácticas anticompetitivas o desleales que se puedan presentar en un marco de libre comercio acobijado por el TLC.

Es preciso entender que estas leyes lo que buscan es proteger las economías internas mas no intentan impedir la competencia con miradas al comercio internacional, todo esto para que el concepto de libre comercio que busca el TLC realmente sea una realidad, además esto no se convierte en una barrera, es más una oportunidad de mejora para la sana competencia entre los mercados existentes y los exportadores, ya que esto permite que sus productos puedan tener la misma igualdad de condiciones si cumplen con todos los requisitos, abriendo las puertas a un amplio portafolio de mercados.

Además, la OMC establece tres escenarios en donde se tiene que evidenciar si existe un posible caso de dumping:

-La existencia del Dumping: Como lo refiere Ana Cely³³, en donde la parte demandante tiene que demostrar que su competidor o competidores están ofertando sus productos por debajo del precio normal de mercado o cuando el precio de exportación no se pueda establecer de forma clara por una autoridad competente.

Es claro entender que el dumping no es solo bajar el precio de los productos por debajo del precio establecido del mercado, también depende del precio de exportación, aranceles, costos tributarios, pago de aranceles, etc., ya que estos influyen directamente en el coste de un producto, muchos productos en su coste final, deben amortizar los costes que estos acarrear, no solo en los costes de producción. Es necesario entender que los productos también pueden ser hechos con materiales importados, de los cuales muchos de estos deben pagar aranceles e impuestos, y esto también afecta los precios del producto final, es aquí en donde los salvaguardas tratan de compensar esto, ya que muchos productos no pagan aranceles y es primordial compensar las pérdidas que tiene la producción nacional

³² CELY, Ana María Pineda. Tratamiento de las políticas antidumping en el marco de la OMC y los Tratados de Libre Comercio firmados y ratificados por Colombia con Canadá, República de Corea y Estados Unidos de América. En: Revista E-Mercatoria. vol. 15, no. 1, p. 49-102

³³ Ibid.

en relación a los productos que se importan, estos pueden llegar a afectar la economía, lo importante es que el daño sea mínimo.

-Demostrar que el Dumping está causando o amenaza con causar un daño importante a una rama de la producción nacional: Como lo afirma Ana Cely³⁴, en estricto rigor, el gobierno tiene que demostrar que realmente existe una amenaza para la producción nacional, en donde las pruebas demuestren que el volumen de exportaciones y su valor en el mercado realmente está produciendo un efecto adverso para la economía del país, además de tener en cuenta los mercados locales.

Los gobiernos también tienen permitido realizar proyecciones en donde se pueda evidenciar que la exportación y sus precios pueden producir dumping mucho antes de que este ocurra, para si tomar medidas preventivas y no permitir la competencia desleal, con base a esto, el informe que presente el gobierno, se debe ver reflejado que las importaciones que está realizando el país están empezando a afectar la economía interna y pueda ser objeto de dumping, como lo indica Jesús Soto³⁵, es claro que el dumping debe ser demostrado con datos claros y precisos, en donde realmente se pueda ver reflejado un daño que puede causar o está causando en la economía nacional.

Los tratados de libre comercio en sus diversos acuerdos, también buscan la protección de la economía interna del país y la producción nacional, pero también es necesario entender la libre competencia y el libre comercio entre países aliados por unos acuerdos comerciales, esto no implica que todos los productos tengan que pagar un 0% de aranceles, solo aquellos que sean necesarios para el país o que no representen una potencial amenaza para el comercio interno.

-Existencia de una relación causal entre las importaciones objeto de Dumping y el supuesto daño: el gobierno en caso de determinar que existe una relación entre las importaciones y el posible daño que están pueden generar a la economía nacional, por ende, el gobierno debe presentar una solidez en sus pruebas para que se pueda tomar como dumping y se aplique las sanciones correspondientes, estas pruebas deben ser objetivas, ya que el dumping debe ser un hecho en concreto causado por las importaciones que se hacen, en estos informes no son válidos los comentarios subjetivos y/o relativos, ya que se tomarían más como una opinión, que

³⁴ CELY, Ana María Pineda. Tratamiento de las políticas antidumping en el marco de la OMC y los Tratados de Libre Comercio firmados y ratificados por Colombia con Canadá, República de Corea y Estados Unidos de América. En: Revista E-Mercatoria. vol. 15, no. 1, p. 49-102

³⁵ SOTO PINEDA, Jesús. La Protección Al Consumidor Como Finalidad Primordial De La Defensa De La Competencia: La Experiencia De Estados Unidos, La Unión Europea Y Colombia (Consumer Protection as the Primary Purpose of Defense of Competition: The United States, European Union and Colombian Experience). En: Dikaion. p. 23-22

como un hecho en concreto. Según Ana Cely³⁶, si existen factores externos que contribuyan al dumping y no se relacionen con las importaciones, estos no podrán ser considerados como producidos por las exportaciones ni pueden ser considerados dentro del informe que se presente.

Estos tres aspectos son un simple vistazo a lo que está estipulado en la OMC, como siempre ha destacado los acuerdos, esto no quiere convertirse en un impedimento para el desarrollo comercial y la sana competencia, es más un marco regulatorio para impedir que las economías se vean afectadas por las importaciones y que baje la producción nacional.

-Defensa comercial por parte de estados unidos: Como lo afirma Jesús Soto³⁷, Recientemente, la producción estadounidense se ha visto afectada por los productos traídos desde China, en donde el presidente Donald Trump ha expedido unas políticas muy agresivas para limitar la entrada de productos chinos al mercado norteamericano, recordemos que Trump en su campaña electoral, una de sus promesas de campaña fue incrementar la competitividad de las empresas norteamericanas y de ser más riguroso en las importaciones, como lo indica Jesús Soto³⁸, esto aunque no afecta directamente a Colombia, si se debe tener en cuenta, ya que el presidente ha sido un férreo defensor de la producción nacional y de fortalecer la defensa comercial.

Para tomar de referencia, recientemente el gobierno de Donald Trump ha ido imponiendo varias sanciones económicas a China, debido a que, según el mismo Trump, la mercancía china no podía seguir ingresando al país sin que se les cobrara un impuesto o aranceles, además de argumentar que el mercado norteamericano estaba colapsado de productos chinos en diferentes sectores del comercio, esto ha generado una serie de conflictos con el país asiático, creado una guerra comercial entre potencias, es importante resaltar esta situación ya que se debe tener cuidado con estas políticas proteccionistas que Trump ha ido implementado a lo largo de su mandato al frente de la presidencia de Estados Unidos.

Si bien, el sector textil enfocado en ropa deportiva no ha sido explorado como tal por una marca colombiana, solo se tiene el caso de Supertex que es una maquila para Nike y Adidas, es decir, importa la materia prima y en Estados Unidos

³⁶ CELY, Ana María Pineda. Tratamiento de las políticas antidumping en el marco de la OMC y los Tratados de Libre Comercio firmados y ratificados por Colombia con Canadá, República de Corea y Estados Unidos de América. En: Revista E-Mercatoria. vol. 15, no. 1, p. 49-102

³⁷ SOTO PINEDA, Jesús. La Protección Al Consumidor Como Finalidad Primordial De La Defensa De La Competencia: La Experiencia De Estados Unidos, La Unión Europea Y Colombia (Consumer Protection as the Primary Purpose of Defense of Competition: The United States, European Union and Colombian Experience). En: Dikaion. p. 23-22

³⁸ Ibid.

simplemente se retoca, es decir, Colombia no representa una amenaza para ese sector, pero es conveniente conocer el panorama en ese aspecto.

2.4 VIABILIDAD FINANCIERA DE LA EXPORTACIÓN DE ROPA DEPORTIVA A ESTADOS UNIDOS

como lo indica Laura Jade³⁹, la creciente popularidad de los diferentes deportes que se practican a nivel mundial, ha hecho que diversos países crean que este sector sea un potencial para una oportunidad de negocio en este sector, el crecimiento de aficionados por el sector deportivo, ha hecho que países como estados unidos vean con buenos ojos la importación de ropa deportiva, no solo para equipos profesionales, sino para todo el público, en donde la tendencia a comprar ropa deportiva ha crecido durante estos ultimo meses.

Las tendencias en Estados Unidos indican que la ropa deportiva es una de los sectores más potenciales para exportar hacia los Estados Unidos. Como lo indica Paula Espinel⁴⁰, Se destaca que los compradores se inclinan más por comprar ropa fitness, ya que en la actualidad el estilo de vida fitness junto con la creciente popularidad de los deportes en el país norteamericano, esto tiene que ver con la tasa de obesidad en este país, siendo unas de las más altas de América, ha sido tomada como una seria amenaza a la salud pública del país, según Juan Arregui⁴¹, por lo que se han promovido campañas para mitigar esto y promover un estilo de vida más saludable.

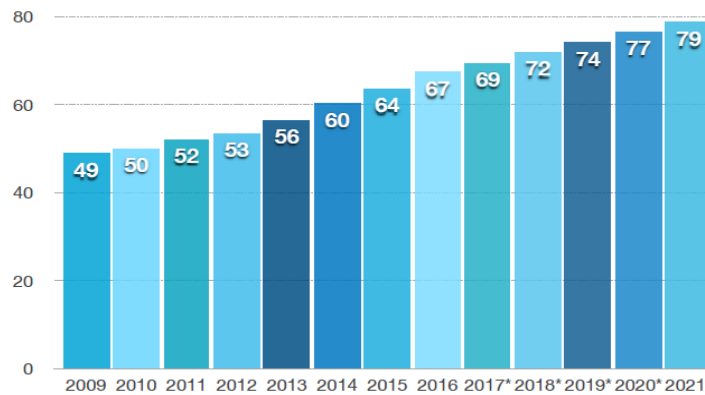
³⁹ LEAHY, Jade Laura. El impacto del deporte en la economía de los países. Estudio comparativo entre Estados Unidos, China, Reino Unido, Sudáfrica y España.

⁴⁰ GONZÁLEZ, Paula Andrea Espinel; SOTO, Diana Marcela Aparicio y MORA, Angela Julieta. Sector textil colombiano y su influencia en la economía del país. En: Punto De Vista. vol. 9, no. 13,

⁴¹ GALARRAGA EZPONDA, Auxkin y ALDAZ ARREGUI, Juan. El deporte en la economía creativa: vínculos entre el desempeño industrial y la (re) producción cultural.

Imagen 1. El tamaño del mercado deportivo de los Estados Unidos

2009 HASTA 2021 EN MIL MILLONES DE DÓLARES.



Fuente: Leahy, J. L. 2018. El impacto del deporte en la economía de los países. estudio comparativo entre Estados Unidos, China, Reino Unido, Sudáfrica y España

La anterior imagen nos muestra como el mercado deportivo en estados unidos año tras año va incrementando, entonces se vuelve un atractivo y una oportunidad de negocio, en donde, según ICEX⁴², si se realiza de una manera efectiva la exportación de ropa deportiva hacia ese país, se puede volver un éxito rotundo en ventas y el proyecto financiero podría ser muy beneficioso para los inversionistas, como se ha argumentado antes en este documento, el mundo del deporte y sobre todo, el sector de ropa deportiva, está cobrando cada vez más fuerza en el país norteamericano, y es el consumidor final al que se le tiene que apuntar. Diversas marcas a nivel mundial innovan día a día sus artículos, empezando desde telas que absorben de manera más rápida el sudor hasta diseños que permiten controlar y disipar de una forma eficiente la temperatura del cuerpo. En conclusión, la viabilidad financiera dependerá en parte, de la forma en que se quiera penetrar el mercado estadounidense y, sobre todo, de la calidad e innovación de los productos que se quiera lanzar a un mercado que, como lo dice Andrés Tavera⁴³, aunque está creciendo en los últimos años, se ha vuelto más exigente y más competitivo entre diferentes marcas.

⁴² ICEX. Artículos Deportivos En Estados Unidos. España: 2018.

⁴³ CAMPOS TAVERA, Andres Gerardo. El sector textil en Colombia: ¿ como ser mas competitivos?

3. METODOLOGÍA

Para la realización de esta monografía, se hará inicialmente una búsqueda de palabras clave en el tesoro de la UNESCO, para identificar términos que nos aporten a nuestra búsqueda de información, una vez escogido las palabras clave, plantearemos el objetivo general y objetivos específicos para orientarnos hacia donde se quiere guiar el trabajo, a continuación, se iniciara la recolección de artículos y libros relacionados con el tema a tratar, por lo que se usaran los recursos que nos brinda la universidad a través de sus herramientas de búsqueda con las distintas bases de datos que tienen, en donde se escogerán artículos o libros con un alto grado de credibilidad y relevancia en el mundo académico, para formar el marco teórico y contextualizarnos sobre como esta de desarrollado el tema, se hará un profundo análisis a toda la información que se haya encontrado, para después realizarle un filtrado y escoger aquellos textos o artículos que son convenientes para el desarrollo del trabajo.

Una vez escogido los textos o artículos guía, procederemos a la redacción de nuestro marco teórico, para aplicarlos en la solución de nuestros objetivos específicos que planteamos anteriormente, una vez terminado el marco teórico, se realizara la solución de cada uno de los objetivos, con el fin de resolver el tema en cuestión del trabajo y llegar a los resultados esperados, también para la solución de los objetivos específicos nos apoyaremos en preguntas realizadas a un experto en el tema, en donde lo que se busca en la orientación del tema y ser una guía un poco más acertada para la correcta solución de los objetivos, se harán dos preguntas por objetivo las cuales son:

-Primer objetivo específico: -¿Cuál es el organismo que regula las normas técnicas en Estados Unidos?

-¿Qué pruebas o certificados técnicos exige Estados Unidos para la entrada de ropa importada?

-Segundo objetivo específico: -¿Hay una fuerte regulación comercial en torno a la ropa deportiva?

-¿Cuáles son las medidas antidumping que protegen a las marcas deportivas nacionales?

-Tercer objetivo específico: -Existiendo marcas como Nike o Adidas ¿ ve viable traer marcas deportivas colombianas al mercado estadounidense?

-En relación a costos de logística ¿ Que recomendación nos haría para tener unos costes de logística relativamente económicos?

Estas preguntas nos resolverán dudas que se tienen con respecto al tema y nos ayudaran a la formación de ideas para la solución de los objetivos específicos, una vez culminado las soluciones de los objetivos específicos, procederemos a realizar un análisis de los resultados para poder concernir si realmente se logró llegar al

objetivo general o, por el contrario, el tema por ahora puede no desarrollarse, en donde se espera justificar la respuesta con los datos de las soluciones aportadas.

Por último, se realizarán conclusiones acerca del trabajo, con el fin de dar respuesta a los planteamientos de los objetivos específicos, para finalmente concluir con el trabajo y obtener las respuestas al tema que se trató durante todo el trabajo.

4.NORMAS TÉCNICAS QUE RIGEN A LA ROPA DEPORTIVA EN ESTADOS UNIDOS PARA SU POSTERIOR EXPORTACIÓN

A continuación, se encontrarán aquellas normas técnicas que nos exige Estados Unidos para poder ingresar textiles (ropa deportiva) a este país:

4.1 ETIQUETADO

El etiquetado para las prendas textiles es fundamental para que el consumidor final conozca el tipo de fibra, origen, cuidado, etc., como lo indica la Oficina económica y comercial de España⁴⁴, es vital que el etiquetado que posea la prenda textil debe ser muy clara con esta información, además que se hará la exportación a Estados Unidos, esta información debe estar en inglés, además de ser legible, ya que es un requerimiento que nos pedirá los órganos de protección de productos que ingresen al país.

Cuadro 1. Normas de Etiquetado para Estados Unidos

Pais	Idioma	Contenido de fibra	Origen	Cuidado	Informacion del importador/ productor	Talla
Estados Unidos	Inglés	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Cualquiera	Opcional

Fuente: ProColombia. 2018. Guía práctica para conocer las normas de etiquetado para sistema moda. Colombia

Estados Unidos posee un estricto control para productos de consumo humano, para la protección del consumidor estadounidense y el control de los productos que ingresan al país, en el caso de los textiles, ellos exigen los etiquetados de las prendas de vestir, y las etiquetas deben contener cierta información que ellos consideran necesaria para el consumidor final, todo esto lo afirma la Oficina económica y comercial de España⁴⁵, donde la ley Textile Fiber Products Identification Act nos indica la información que debe contener las etiquetas de los productos textiles que es la siguiente:

- Como lo afirma en el Código Federal de Regulaciones⁴⁶, los nombres genéricos en inglés y porcentajes, deben estar en orden de peso de mayor a menor, de las fibras de la manufactura o prenda textil que se encuentren en la prenda en

⁴⁴ Oficina económica y comercial de España. Requisitos Para La Importación De Productos Textiles. Etiquetado Y Normas De Seguridad. PENNSYLVANIA: 2019. p. 3-17

⁴⁵ Ibid.

⁴⁶ GOBIERNO FEDERAL. Code of Federal Regulations. 2004. 159.

cantidades superiores al 5%, excluidos los adornos que están permitidos en esta normativa y es permitido hasta un 15%, además de los elásticos permitidos hasta un 20%.

- Según nos lo indica el Código Federal de Regulaciones⁴⁷, las fibras presentes en cantidades menores del 5% serán designadas como “other fibers”. Los adornos que no excedan del 15% del peso total de las fibras serán representados con la frase “exclusive of decoration” y los componentes elásticos que no excedan del 20% con la frase “exclusive of elastic”. Está prohibido el uso de abreviaciones o pies de nota, ni el uso de símbolos como asteriscos, a no ser que estos sean permitidos.
- Como lo indica el Gobierno Federal de Estados Unidos⁴⁸, la etiqueta a su vez debe contener el nombre de la persona, empresa o negocio dueño del producto, o también se puede reemplazar por el número de identificación registrado conocido como el RN en el FTC donde este es asignado únicamente a los importadores y/o a los distribuidores estadounidenses del textil importado. También puede figurar el nombre o texto de alguna marca que este registrada en la Patent & Trademark Office (PTO) de los Estados Unidos, condicionado a que se facilite una prueba de este hecho a la FTC, en donde el logo de la marca debe ir con el texto.
- Nombre del país en el que se procesó o fabricó el producto. Para textiles totalmente o parcialmente confeccionados o acabados en EE.UU., se marcará la etiqueta con el término “Made in USA” u otro equivalente.
- La etiqueta deberá estar adherida a cada uno de los textiles que entre a Estados Unidos, y si estos vienen en bolsas o empaques, estos deben tener la etiqueta adherida, de una manera segura. Esta etiqueta debe destacar en el producto textil, debe tener una gran durabilidad para que permanezca adherida desde el proceso de distribución hasta llegar al consumidor final.
- Si en caso tal de que las prendas textiles tengan cuello, debe adherirse la etiqueta a este mismo con el país de origen en el centro del cuello, o cercano a cualquier otra etiqueta que tenga la prenda. En la etiqueta pueden figurar el nombre de la persona o empresa que lo fabrica, además de los contenidos de fibras que tenga la prenda textil.
- En caso de que las prendas no tengan cuello, la etiqueta o etiquetas estarán en el interior o exterior de la prenda. El texto de país de origen deberá figurar

⁴⁷ GOBIERNO FEDERAL. Code of Federal Regulations. 2004. 159

⁴⁸ Ibid

siempre en la parte frontal de la etiqueta, y el resto de la información pertinente sobre la prenda puede estar en la parte frontal o el reverso de la etiqueta, siempre que se destaque y sea accesible para el consumidor.

Todo lo anterior descrito, son para las prendas que se venderán al consumidor final y es necesario cumplir estos requisitos para poder ingresar las prendas textiles al mercado estadounidense, ya que como hemos mencionado anteriormente, es uno de los requerimientos técnicos que nos exige la FTC, según lo indica Oficina económica y comercial de España⁴⁹, ahora bien, si se desea realizar unas muestras comerciales, el etiquetado de estas mismas tienen características que la normativa nos exige que mencionaremos a continuación:

- Deben ser de una superficie inferior a 12.9 cm, en cuyo caso la información se facilitará en el material publicitario acompañándolas.
- Deben estar marcadas con un número de referencia, este mismo se encontrará en el catálogo que acompaña al artículo de muestra, para que este brinde toda la información sobre el producto.
- Estos productos de muestra comercial no pueden ser objeto de venta al consumidor final ya que no se encuentra en forma para poder ser comercializado con el consumidor final, aparte, estos artículos deben ir con una factura o un documento referente que incluye la información requerida, además estos artículos pueden ser vendidos a personas que no sean el consumidor final.
- Si estas muestras comerciales se encuentran etiquetadas apropiadamente, para poder realizar ventas de ropa de vestir y de hogar, que son fabricadas por requerimiento de un cliente particular, seguido de que la venta se haya concretado, tanto la ropa de vestir como la de hogar podrán estar exentas del etiquetado, como lo contempla el Código Federal de Regulaciones⁵⁰, si son del mismo contenido de fibra que el de las muestras utilizadas para la venta y van acompañadas de factura o documento conteniendo toda la información pertinente.

4.2 GARANTÍAS SOBRE LA VERACIDAD DEL CONTENIDO DE FIBRAS TEXTILES

El residente o la entidad establecida en EE.UU., ya sea el importador, el comercializador, como lo indica Oficina económica y comercial de España⁵¹, ente

⁴⁹ Oficina económica y comercial de España. Requisitos Para La Importación De Productos Textiles. Etiquetado Y Normas De Seguridad. PENNSYLVANIA: 2019. p. 3-17

⁵⁰ GOBIERNO FEDERAL. Code of Federal Regulations. 2004. 159.

⁵¹ Oficina económica y comercial de España. Requisitos Para La Importación De Productos Textiles. Etiquetado Y Normas De Seguridad. PENNSYLVANIA: 2019. p. 3-17

otros, puede presentar de buena fe la garantía de que todo lo que está escrito en las etiquetas de las prendas. La garantía puede estar redactada en la factura o en otro documento, fechado, y en el que figure la firma y la dirección del garantizador.

Existen tres tipos de garantías las cuales son las siguientes:

- Garantía individual, el cual consiste en cubrir el producto textil o los productos de alguna operación específica.
- Garantía continuada, la cual es extendida por el vendedor en EE.UU. al consumidor, y esta es aplicada a todos los productos textiles que el vendedor le suministre al consumidor final.
- Garantía continuada, esta es registrada con la FTC, además de que se aplica a todos los productos textiles suministrados por el vendedor que nos garantiza la información.

Cabe aclarar que esta garantía es para verificar que toda la información contenida en las etiquetas sea verídica y que el consumidor final tenga la certeza de la información suministrada en las etiquetas, en este sentido, la FTC es muy estricta, ya que mentir en la información de las etiquetas acarrea sanciones impuestas en la normativa 16CFR300 del Código Federal de regulaciones⁵², este mismo organismo, por lo que es de suma importancia redactar la información correcta y lo más importante, la información debe ser verídica,.

Además, el fabricante de los tejidos textiles deberá tener muestras y que estos contengan datos con toda la información requerida, independientemente de que se tenga una garantía o no, ya que debe estar por escrito todos los datos que sean conveniente en cuanto a composición, tipo de fibras, etc. Además, deben incluir el nombre del fabricante o de las personas o entidades que comercialicen estos tipos de productos, y también el nombre del país de donde la prenda ha sido fabricada o de procesado.

Como lo indica la Oficina económica y comercial de España⁵³, es importante entender que estas garantías son un requerimiento obligatorio de la FTC, por lo que no es negociable o no se pueden obviar, esto también es un mecanismo de protección hacia el consumidor estadounidense, ya que existen ciertas fibras que están prohibidas en el país, debido a que diferentes resultados científicos han

⁵² GOBIERNO FEDERAL. Code of Federal Regulations. 2004. 159.

⁵³ Oficina económica y comercial de España. Requisitos Para La Importación De Productos Textiles. Etiquetado Y Normas De Seguridad. PENNSYLVANIA: 2019. p. 3-17

determinado que pueden causar daño a la salud de los consumidores, por lo que la FTC ha estado muy estricta con el cumplimiento de sus normativas además del control de la mercancía que se fabrica o se importa en este país.

4.3 INSTRUCCIONES PARA EL CUIDADO DE TEJIDOS Y PRENDAS DE VESTIR

Las regulaciones que establece la FTC en cuanto al etiquetado de instrucciones para el cuidado de tejidos para la confección y prendas de vestir, se contienen en 16CFR423. Los textiles que se encuentran dentro de esta normatividad como lo indica Oficina económica y comercial de España⁵⁴, debe contener los cuidados que se deben tener para las prendas textiles, además de las instrucciones para el cuidado de estos productos, así como métodos de limpieza hasta el planchado de estas mismas. Se permite el uso de símbolos en lugar de textos, siempre y cuando se sigan las normas establecidas por la entidad privada American Society for Testing & Materials (ASTM), D5489-96C – Guide to Care Symbols for Care Instructions on Consumer Textile Products. Esta etiqueta debe estar permanentemente adherida a la prenda textil y durar así durante el tiempo de su vida útil, así mismo que no se pueda despegar fácilmente y además que permanezca legible durante el uso que se le dé a la prenda, en caso tal que la prenda sea comercializada envuelta o empaquetada, y la etiqueta no sea visible, la información sobre el cuidado de la prenda, deberá estar en el envoltorio o envase de la prenda.

Ahora, aquellas prendas textiles, sin bolsillos, y que sean reversibles, así como las prendas textiles, que debido a la adhesión de cualquier etiqueta de cuidado pueda resultar perjudicial para la prenda (se puede presentar el caso en el la etiqueta dañe las fibras de la prenda o incluso la ergonomía de la misma) podrá estar exenta de llevar esta etiqueta, siempre y cuando, la información del cuidado de la prenda este detallada en la envoltura o empaque de la misma, también en una etiqueta colgante que pueda tener esta información.

Además, aquéllas prendas de vestir o tejidos para confeccionar vestimenta están también exentas de etiquetado de cuidado, sin que se necesite realizar la solicitud de exclusión de la etiqueta, pero debe existir pruebas fehacientes de que las prendas de vestir pueden resistir cualquier método de limpieza, es decir, métodos de limpieza que pueda incluir maquinas o cierto tipo de químicos que no afecten en nada el estado de la prenda, pero si deberá incluir en la etiqueta que cuelga de la prenda el siguiente texto: “wash or dryclean, any normal method”. Asu vez, las prendas textiles que se vaya a vender de manera masiva, estarán exentas de la

⁵⁴ Oficina económica y comercial de España. Requisitos Para La Importación De Productos Textiles. Etiquetado Y Normas De Seguridad. PENNSYLVANIA: 2019. p. 3-17

adhesión de etiqueta de cuidado para prendas de vestir de uso comercial, como lo indica la Oficina económica y comercial de España⁵⁵.

4.4 NORMAS DE INFLAMABILIDAD DE TEXTILES

Estados Unidos también nos exige garantizar que los materiales que se usan para la fabricación de las prendas textiles, deben cumplir con los estatutos que están estipulados en la Ley Flammable Fabrics Act, además el existe un organismo federal llamado Consumer Product Safety Commission (CPSC), este organismo regula todo lo relacionado con la inflamabilidad de las fibras textiles, además somete a pruebas las prendas para comprobar el grado de flamabilidad que tenga las fibras y ya teniendo esta prueba, verificar que los resultados estén dentro de lo permitido y cumplan con las normas correspondiente al tejido que se le está realizando la prueba . Las normativas correspondientes a la flamabilidad de las prendas textiles están entre la 16CFR1602 a 16CFR1609, de las cuales detallaremos las siguientes:

- Como lo estipula en el Código Federal de Regulaciones⁵⁶, indica que no se puede ni fabricar, importar, introducir o transportar para poder comercializar al consumidor final o incluso venderlo en Estados Unidos, cualquier tipo tejido para fabricar prendas de vestir, ni tampoco prendas de vestir ya fabricadas, en donde estos tengan un alto grado de inflamabilidad que pueda representar un peligro para el consumidor para utilizar este tipo de prendas. Si no se llega a cumplir con esta ley , se considera que es una práctica desleal y engañosa, bajo la ley Federal Trade Commission Act, administrada a su vez por FTC, además si la persona voluntariamente no cumple con esta normativa o presenta una garantía falsa, será considerado delito menor, que acarrea desde una multa aplicada con el correspondiente delito hasta pena carcelaria de no menor de 5 años.
- Como lo estipula el Código Federal de Regulaciones⁵⁷, indica que en caso de que la prenda textil no cumpla con los requisitos exigidos en cuanto a la inflamabilidad de la prenda, estos podrán ser exportados a estados unidos y una vez en este país, poder realizarle un re proceso a la prenda o modificación, con el fin de reducir los riesgos existentes en el uso de la prenda textil en cuanto a la inflamabilidad, para poder realizar este proceso, el exportador debe tener la factura o documento referente en donde se mencione que la importación se hará con ese fin
- Flammable Fabrics Act, nos indica que una persona residente o entidad ya establecida en EE.UU. podrá extender cualquier garantía de acuerdo al

⁵⁵ Oficina económica y comercial de España. Requisitos Para La Importación De Productos Textiles. Etiquetado Y Normas De Seguridad. PENNSYLVANIA: 2019. p. 3-17

⁵⁶ GOBIERNO FEDERAL. Code of Federal Regulations. 2004. 159.

⁵⁷ Ibid.

cumplimiento de las normativas que regulan la inflamabilidad de las prendas textiles, para así poder evitar que más adelante, ser procesado por incumplimiento voluntario de la ley, en estas garantías se debe garantizar lo siguiente: Garantizar que tras haberle realizado las pruebas correspondientes para poder determinar su grado inflamabilidad y que estos resultados demuestren que no existe ningún riesgo de inflamabilidad para el consumidor final, y también debe garantizar que el tejido de la prenda textil no ha sido sometido a ningún proceso que afecte el grado de inflamabilidad e incumpla con la normatividad. Esta garantía, puede estar de forma escrita en la factura o en algún documento referente a la prenda textil.

4.5 REQUISITOS DE INFLAMABILIDAD ESPECÍFICOS PARA VESTIMENTA TEXTIL

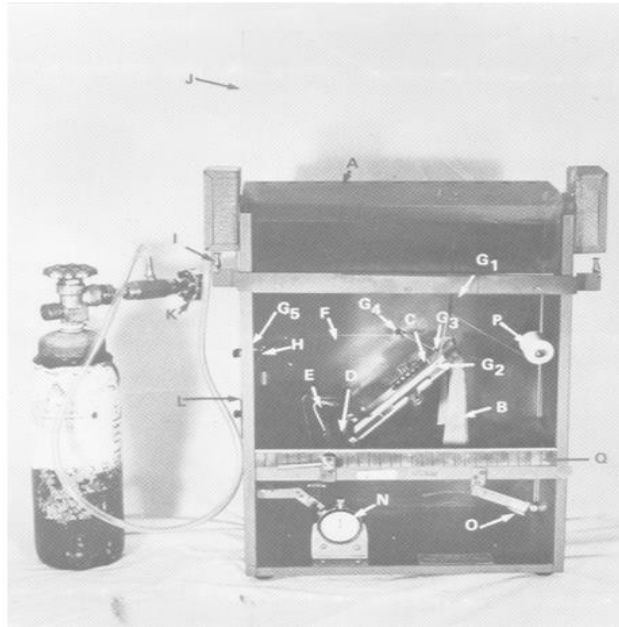
La inflamabilidad en los textiles es importante ya que pueden existir riesgos de que las fibras sean inflamables, por lo que es importante demostrar que el producto no es flamable, los tipos de inflamabilidad y las pruebas que se deben realizar para este tipo de productos.

4.5.1 Tejidos para la confección de ropa y ciertos accesorios de vestir: Todos aquellos tejidos para la confección de textiles y accesorios, a excepción de entreforros y forros, también aquellos tejidos que sirven para la confección de accesorios tales como gorros, cuellos, guantes que hagan parte de la vestimenta o en dado caso que su longitud sea mayor de 35,56 centímetros, además de calzado o calcetería que forme parte integral de la prenda textil, a excepción de los casos descritos en la sección 11 de esta normativa (todos aquellos tejidos que sean para procesar dentro de Estados Unidos o aquellos que van a ser procesados en Estados Unidos y no posee un alto grado de inflamabilidad o riesgo de inflamabilidad para el usuario), como lo indica el Código Federal de Regulaciones⁵⁸, deben ser sometidas pruebas que conforme a sus resultados, certifiquen que grado de inflamabilidad tienen para verificar si están permitidos, para determinar si el grado está dentro de lo que permite la normatividad.

En la imagen 2 podemos apreciar la maquina recomendada por la normativa para someter las fibras para determinar su grado de inflamabilidad, dentro de la normativa nos explican a más detalle cuales son los métodos y/o procedimientos para realizar las pruebas en las fibras textiles, además, del manejo de las fibras en este tipo de pruebas, por lo que es de recomendar realizar esta prueba, conforme lo recomienda la Federal Trade Commission.

⁵⁸ GOBIERNO FEDERAL. Code of Federal Regulations. 2004. 159.

Imagen 2. Máquina para realizar pruebas de inflamabilidad en fibras textiles.



Fuente: Federal Trade Commission. 2004. Textile Fiber Products Identification Act.

4.5.2 Tipos de inflamabilidad

Como lo indica la Oficina económica y comercial de España⁵⁹, la prueba para verificar el grado de inflamabilidad en las prendas textiles, que en sus siglas en inglés es denominada “ *Flammability of Clothing Textiles* ”, en donde el departamento de comercio de Estados Unidos, está abierto a aceptar otro tipo de pruebas que no sean hechas por ello, con la condición que estas sean igual o más estrictas que ellos realizan, si cumple con este requisito, no habrá ningún inconveniente en que este organismo acepte y aprueba los resultados de estas pruebas.

La normatividad nos explica los tipos de inflamabilidad que existen para ellos y que regulan en los productos textiles importados, estos tipos de inflamabilidad son los siguientes:

- **Inflamabilidad normal:** según lo estipula el Código Federal de Regulaciones⁶⁰, esta es denominada por la normativa como clase 1, en este tipo de inflamabilidad se incluyen aquellos tejidos textiles que llegan a cumplir los mínimos para que puedan ser comercializados para ser utilizados como prendas de vestir, entre

⁵⁹ Oficina económica y comercial de España. Requisitos Para La Importación De Productos Textiles. Etiquetado Y Normas De Seguridad. PENNSYLVANIA: 2019. p. 3-17

⁶⁰ GOBIERNO FEDERAL. Code of Federal Regulations. 2004. 159.

estos tejidos están la siguiente clasificación: aquellos tejidos lisos en donde el tiempo de propagación de llama es igual o mayor a 4 segundos. Aquellos textiles no lisos que tengan una propagación de la llama superior a 7 segundos o con la base en donde el fuego se prende o se funde con una intensidad baja y entre intervalos de tiempo entre 0 a 7 segundos.

- **Inflamabilidad intermedia:** según lo estipula el Código Federal de Regulaciones⁶¹, esta es denominada como la normativa como clase 2, en esta se incluyen aquellos tejidos textiles que llegan a cumplir los mínimos para que puedan ser comercializados para ser utilizados como prendas de vestir, en donde los tejidos con una superficie no lisa, posee una propagación de llama entre el intervalo de 4 a 7 segundos, además de que su base se prende en fuego o se funde,
- **Combustión rápida e intensa:** según lo estipula el Código Federal de Regulaciones⁶², esta es denominada como la normativa como clase 3, en esta clase se incluye aquellas fibras textiles que no pueden ser utilizados para la fabricación de vestimenta debido al riesgo que representan para el consumidor final, en esta clasificación, los tejidos lisos que tienen un tiempo de propagación de la llama que son inferiores a los 4 segundos y aquellos tejidos no lisos que tienen un tiempo de propagación de llama de menos de 4 segundos y además de que su base se prende en fuego o se funde, no podrán ser utilizados para vestimentas, además de acarrear riesgos para el consumidor.

4.6 MARCAS

Cómo nos lo explica la Oficina económica y comercial de España⁶³, para la normativa estadounidense, una marca puede ser aquella frase, logo, diseños que identifiquen a un producto o varios productos, estos derechos dándole uso actual de la marca (derecho dado por la Common Law) o tramitar el registro de la marca en Estados Unidos mediante la US Patent & Trademark Office o PTO (este es un organismo que es el encargo del registro y uso de las marcas o patentes en Estados Unidos), en donde se declara el buen uso de la marca para comercializarla según lo estipula el congreso de los Estados Unidos.

Si bien es de aclarar que no es necesario registrar la marca para utilizarla, ya que a través de la Common Law, esos derechos se nos confieren a la entidad que utiliza la marca, pero a nivel de protección de derecho de la marca y beneficios

⁶¹ GOBIERNO FEDERAL. Code of Federal Regulations. 2004. 159.

⁶² Ibid

⁶³ Ibid

económicos, resulta estar desprotegido a que cual persona o entidad lo pueda usar y beneficiarse a raíz del uso de esta, por lo que es más recomendable registrar la marca ante la PTO para la protección de derechos y así asegurar mayores beneficios por el uso de la marca. Existen los símbolos como *Trademark* (TM) o *Service Mark* (SM) para notificar que tienen derecho a reclamar derechos y cualquier intento de uso de la marca sin pagar algún tipo de licencia, carrea problemas jurídicos. Sin embargo, el símbolo de marca registrada (®), puede ser utilizada una vez se haga el registro en el PTO. Cómo nos lo explica la Oficina económica y comercial de España ⁶⁴, aquellas entidades o personas que sean residentes en Estados Unidos, deberán tener un representante local (que cabe aclarar debe ser residente en Estados Unidos), en donde el podrá realizar los trámites ante el POT y así mismo recibirá notificaciones de la entidad.

4.7 PATENTES

En la normatividad estadounidense, la patente es el permiso que le otorga el permiso para ser titular del derecho a la entidad o persona que haya diseñado y creado el intento, lo cual prohíbe que los demás lo puedan usar libremente para la producción, distribución y venta del invento o producto, así como su importación . En Estados Unidos, el gobierno le permite tener los derechos de la patente al inventor durante unos 20 años a partir de la fecha en donde se realiza la solicitud, además, la ley estadounidense define como inventor a aquella persona que crea un producto o diseño, proceso, entre otros, en donde si participaron más personas en la creación del invento, como nos lo explica la Oficina económica y comercial de España⁶⁵, legítimamente tienen derechos sobre la patente, no tiene en cuenta como dueño de la patente si una persona o entidad financia la invención, en esto la PTO recomendando contratar servicios de asesoría con respecto al registro de patentes para no concurrir en problemas más adelante.

Es importante aclarar que en caso tal de que se cree un nuevo proceso de manufactura o un producto completamente original en los productos que se van a exportar, se llevara a cabo el proceso de patentar estos procesos o productos, para proteger los derechos de estos mismos y, sobre todo, proteger la idea de la innovación.

⁶⁴ Oficina económica y comercial de España. Requisitos Para La Importación De Productos Textiles. Etiquetado Y Normas De Seguridad. PENNSYLVANIA: 2019. p. 3-17

⁶⁵ Ibid

5. NORMATIVIDAD COMERCIAL EN ESTADOS UNIDOS EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE CON RESPECTO A ROPA DEPORTIVA

El mercado estadounidense con respecto a normatividad comercial es muy estricta en cuanto al mercado de textiles y confecciones, debido a que Estados Unidos protege esta industria, debido a que los productos provenientes de China ha invadido este mercado, por lo que el gobierno estadounidense ha tomado medidas proteccionistas para así fortalecer la industria nacional, por consiguiente estas medidas también afectan a todos aquellos exportadores de confecciones de diferentes países, en este caso, Colombia no está exento de estas medidas, por lo cual es importante conocer la normatividad comercial que tiene este país.

5.1 NORMAS DE ORIGEN

Las reglas de origen se pueden definir como un conjunto de diferentes criterios, principios y normas, que me permiten determinar de donde proviene una mercancía, es decir, su origen. Esta norma es muy importante ya que, dependiendo del país de procedencia de mercancía, tendrá beneficios arancelarios (como descuentos), según si se tiene acuerdos pactados con este país.

Cómo nos lo indica Beatriz Cubas⁶⁶, las normas de origen tienen como propósito controlar todos aquellos productos que puedan afectar a las industrias nacionales, ya que, a través de esta norma se prohíbe la entrada de productos que sean fabricados con materiales que estén prohibidos para ingresar a Estados Unidos, a su vez, se aplican aranceles fuertes para disminuir el ingreso de productos que representen una amenaza para la industria nacional.

Como lo explica Beatriz Cubas⁶⁷, tienen como objetivo poder proteger de que los productos originarios de países con los cuales se tengan un acuerdo comercial, no tengan en su producto, materiales de terceros que no tengan acuerdos comerciales con estados Unidos, ya que esta práctica es muy común en diferentes productos y es considerada desleal, lo cual puede acarrear sanciones si no se detecta a tiempo, por este motivo es sumamente importante conocer estas normas de origen.

En el caso en concreto de los textiles, estas normas de origen son importantes debido a que los compuestos de estos textiles deben estar dentro del acuerdo que se tiene con Colombia, ya que si se llegara a usar fibras provenientes de otros países, este debería pagar los aranceles correspondientes a la fibra de donde provenga, e incluso puede negarse su acceso al país debido a que algunas fibras están prohibidas en Estados Unidos si provienen de algún país en el cual este

⁶⁶ CUBAS, Beatriz. Manual Práctico Para El Sector Textil - Confecciones. 1 ed. Colombia: Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, 2013. p. 10-34

⁶⁷ Ibid.

dentro de países que no pueden ingresar ese tipo de fibras a Estados Unidos, ya sea porque no se tiene un acuerdo o porque ese país no cuenta con los suficientes certificados para garantizar que las fibras no representen peligrosidad en los consumidores.

5.2 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA Y SU IMPORTANCIA EN LAS NORMAS DE ORIGEN

La clasificación arancelaria es muy importante para las normas de origen, ya que, dependiendo del código arancelario de las mercancías, se puede determinar la composición de este y aplicarle el arancel correspondiente, para así evitar actividades fraudulentas por parte del exportador.

Cuadro 2. Código arancelario de ropa deportiva

DATOS GENERALES					
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complementario	Código Suplementario	Desde	Hasta
ARIAN	6109.90.90.00			1-ene-07	---
Descripcion	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto «T-shirts» y camisetas, de punto. - De las demás materias textiles: - - Las demás			1-ene-07	---
Unidad fisica	u - Unidades o artículos			1-ene-07	---

Fuente: DIAN. Nomenclatura arancelaria.2020.

En cuadro 2, veremos que el código del producto que se va a exportar, el cual es , el cual nos deja ver que es un producto textil con un contenido de fibras sintéticas, donde se deberá indicar lo que nos muestra la el cuadro 3 (solamente los aspectos que son obligatorios):

Cuadro 3. Características de ropa deportiva

Orden	Código	Descripción	Tipo de dato	Longitud	Decimales	Obligatorio
1	1370	Nombre Comercial	TEXTO	60		SI
2	1371	Denominación de la prenda	NUMÉRICO	8		SI
3	1372	Tipo de tejido	NUMÉRICO	8		NO
4	1373	Composición				SI
5	1374	Usuario	NUMÉRICO	8		NO
6	1375	Marca comercial	TEXTO	60		NO
7	1376	Referencia	TEXTO	60		NO
8	1377	Talla	TEXTO	60		NO
9	1378	Color	TEXTO	60		NO
10	1379	Otras características	TEXTO	4000		NO
12	1697	Cantidad de unidades c	TEXTO	60		NO

Fuente: DIAN. Nomenclatura arancelaria. 2020.

Este arancel me permitirá ver si existe algún arancel preferencial, ya sea un porcentaje sobre el valor del producto e incluso quedar exento del pago de los atributos aduaneros, es importante tener en cuenta este aspecto para poder acceder a esa información, ya que claramente estos gastos aduaneros pueden influir en la proyección financiera de un proyecto que desea entrar al mercado estadounidense, ya que estos costos aduaneros deben ser considerados en los gastos de proyecto. Como lo afirma Beatriz Cubas⁶⁸, es importante conocer la clasificación arancelaria para poder establecer aquellos benéficos que puedo obtener de acuerdo al acuerdo que se tenga establecido por los países, o a su vez, reconocer aquellas restricciones que se deben tener en cuenta en la fabricación, para no estar incurriendo en acciones fraudulentas por omisión de la norma o simplemente no conocerla.

5.3 ACUERDO DE PROMOCIÓN COMERCIAL ENTRE ESTADOS UNIDOS-COLOMBIA Y SUS REGLAS CON RESPECTO A LAS NORMAS DE ORIGEN

Según Beatriz Cubas⁶⁹, el APC es un acuerdo comercial en donde dos partes o más se ponen de acuerdo para llegar a varios convenios comerciales, con el propósito de que exista un libre comercio entre las partes participantes, en el caso de Colombia, se tiene firmado un tratado de libre comercio con Estados Unidos desde el año 2012, en donde el sector textil es uno de los grandes beneficiados por este acuerdo, ya que no debe pagar ningún arancel para exportar hacia los Estados Unidos, por lo que es importante entender cuando un producto es originario o no de Colombia.

⁶⁸ CUBAS, Beatriz. Manual Práctico Para El Sector Textil - Confecciones. 1 ed. Colombia: Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, 2013. p. 10-34

⁶⁹ Ibid.

Existe el hecho de que, si un producto es producido un país, no significa que el producto sea originario en el país donde se produjo, ya que, al momento de realizar el producto, puede ser hecho por materia prima traídos de otros países, por lo que se considera que este producto no es de Colombia, ya que al tener materias primas de distintos países, es considerado no originario, por más de que se haga en Colombia, por eso es muy importante entender este concepto para no cometer errores o incurrir en prácticas que se consideran ilegales e incluso pueden ser sancionadas severamente por la normatividad estadounidense.

Ahora bien, como lo explica Beatriz Cubas⁷⁰, existe el hecho de que no necesario que la mercancía o productos que se ingresan a Estados Unidos en algunas normas, obligatoriamente deben ser originarios de Colombia, si no que el producto sea el resultado de procesos que se realizaron ya sea en Colombia o en Estados Unidos, esto con el fin de entender que el transformar materias primas de otros países pueden no siempre ser considerado como una actividad desleal, solo se debe conocer que normas me permiten realizar esta acción y que me permiten utilizar materiales de otros países pero que se deben realizar un proceso de transformación y mostrar certificados jurídicos que demuestren que se realizó una transformación al 100 por ciento.

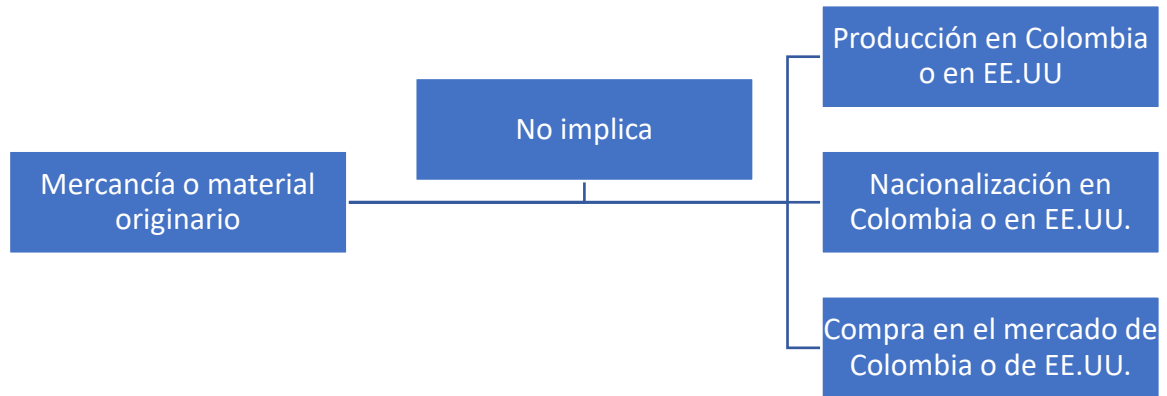
En cuanto a la comercialización de mercancías, no por el hecho de que estas sean comercializadas en Colombia, sean originarias de dicho país, puesto que puede resultar el hecho de que aunque se comercialicen en Colombia, pueden ser producidas en países terceros y se exportan a Colombia, por lo que este hecho convierte al producto en no originario, lo mismo sucede en Estados Unidos, si se comercializa en Estados Unidos, no significa que sea originario de este país, por lo que es muy importante tener los certificados de origen de estas mercancías, para así poder tener claridad sobre su origen y los efectos arancelarios que pueden llevar.

Esto nos indica, que se deben tener los certificados de todas las mercancías que se vayan a importar a estados unidos para tener claridad sobre su origen, todo esto con el fin de cumplir con los acuerdos pactados en el TLC, en la imagen 3 nos muestra los diferentes hechos que pueden llegar a suceder para determinar el origen de un producto, según lo indica Beatriz Cubas⁷¹, es sumamente importante entender que el origen de las mercancías es con el fin de poder proteger a la industria nacional de países terceros con prácticas fraudulentas y beneficiarse con los tecnicismos que se puede llegar a presentar en la normatividad de los acuerdos comerciales, por este motivo, es importante aclarar que factores hacen originarios la mercancía de una psi determinado.

⁷⁰ CUBAS, Beatriz. Manual Práctico Para El Sector Textil - Confecciones. 1 ed. Colombia: Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, 2013. p. 10-34

⁷¹ Ibid.

Imagen 3. Condiciones que no hacen originaria una mercancía



Fuente: CUBAS, Beatriz. Manual Práctico para el Sector Textil - Confecciones. 1st ed. Colombia: Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional. 2013. 10-34 p.

Podemos entender que los acuerdos de libre comercio son un mecanismo para derrumbar aquellas barreras comerciales que se pueden encontrar los diferentes empresarios, pero es clave entender que ambas partes trataran de proteger su industria nacional sin que se vea afectada por terceros, a través de mercancías que no poseen aranceles para el ingreso al país, por lo que es importante conocer las normas de origen como una normatividad comercial, ya que a través de esta, permito que estos artículos regulen su precio y no afecten a la industria nacional, es decir, los aranceles son una prenda de garantía para que los exportadores no incurran en prácticas que pueden perjudicar la economía e incluso amenazar con la producción nacional de textiles.

5.4 CERTIFICADO DE ORIGEN

En cuanto al acceso del trato preferencial arancelario, se debe presentar un certificado de origen, este es un requisito y certifica el origen de las mercancías, este documento es importante ya que contiene la información necesaria para poder demostrar una mercancía originaria, ya sea de Estados Unidos O de Colombia, y así poder acceder a las preferencias arancelarias establecidas en el Tratado de libre comercio.

Como lo refiere Beatriz Cubas⁷², en ninguna norma dice en qué momento exacto se debe solicitar el certificado de origen, lo que si se debe tener claro es que se debe solicitar antes de pedir los tratos arancelarios, este certificado es expedido por las entidades aduaneras del país el cual proviene la mercancía, es importante aclarar que este certificado puede ser expedido por la DIAN en Colombia, además de que la fecha en el cual se realiza la expedición del certificado de origen no debe estar relacionada al momento de la importación, o en este caso, de la exportación de la mercancía hacia Estados Unidos.

Es claro entender que tanto el que produce la mercancía como el exportador pueden generar el certificado de origen, el que importa la mercancía debe en últimas instancias el responsable de que el certificado este en orden, ya que justamente el importador es el que pedirá el trato preferencial arancelario, por lo que si en algún momento se llega a pedir este trato y existe una mala certificación de origen, puede conllevar a sanciones por parte del país que recibe la mercancía.

Como lo explica Beatriz Cubas⁷³, Para el caso del idioma, el certificado puede ser expedido en el idioma oficial del país (en español en el caso de Colombia y en inglés en el caso de Estados Unidos), pero en el caso concreto de exportar hacia Estados Unidos, la entidad aduanera de ese país, exige que el certificado venga en idioma inglés, este proceso de traducción no lo realiza la DIAN, por lo que se deberá traducir el documento de manera no oficial, e igual manera en el caso de Colombia, podrá exigir que el documento venga traducido al español.

En el tratado de libre comercio entre Estados Unidos y Colombia, que controla la certificación de origen, no especifica si el certificado de origen debe estar de forma impresa o puede estar estipulada de manera electrónica, se está tratando de implementar que opción es mejor para el caso de mercancías exportadas hacia Estados Unidos, pero en Colombia, la certificación es aceptada de forma electrónica.

En Colombia, cuando se expide el certificado de origen, se da información que para el caso de Colombia es obligatorio, por lo que es importante tener los siguientes puntos que van a estar dentro del certificado de origen:

- i. *“ Debe contener el nombre o la razón social del productor que fabrica la mercancía, a su vez un número de contacto y el correo electrónico de este mismo*
- ii. *Debe contener el nombre o la razón social del exportador que lleve la mercancía hacia Estados Unidos, a su vez un número de contacto y el correo electrónico de este mismo, esto en caso de que el exportador sea diferente al productor*

⁷² CUBAS, Beatriz. Manual Práctico Para El Sector Textil - Confecciones. 1 ed. Colombia: Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, 2013. p. 10-34

⁷³ Ibid

- iii. *Debe contener el nombre o la razón social del exportador que llevara la mercancía hacia Estados Unidos, a su vez un número de contacto y el correo electrónico de este mismo, esto en caso de que el exportador sea diferente al productor. En caso de que el productor sea el que expide este certificado, puede omitir esta información en el certificado*
- iv. *Debe contener una descripción del producto o mercancía que se va a exportar, en esta descripción debe ser explícitamente detallada para que se pueda relacionar en las facturas y a su vez debe ser clara la nomenclatura para relacionado en el sistema armonizado*
- v. *Debe contener la clasificación del producto de acuerdo a la nomenclatura colombiana establecida*
- vi. *Las reglas o regla de origen que, según los criterios ya establecidos, esta mercancía cumple, además incluir si existe un cambio en el sistema de clasificación de aranceles*
- vii. *El país de procedencia*
- viii. *Debe tener una declaración juramentada que contenga: aceptar la responsabilidad en cuanto a la veracidad y ser muy exactos de toda la información que este escrita en el certificado, además tener compromiso de que se debe en todo mantener tener los documentos para sustentar la certificación y poder así verificar su veracidad, también sobre todas aquellas personas que se les entrego el certificado de origen, así como cualquier modificación que se le haga debido a que esto altera la exactitud de la información suministrada, la información sobre el cumplimiento de los acuerdos pactados en el tratado de libre comercio en cuanto al certificado de origen y estar en regla con el papeleo de transbordo que exigen los entes aduanero*
- ix. *Debe contener el tiempo estipulado que puede cubrir el certificado si se realiza varios embarques*
- x. *Debe contener el nombre, la firma y la información para contactar a la persona que realiza la certificación de origen de la mercancía*
- xi. *Debe contener la fecha de expedición de la certificación* ⁷⁴.

5.5 Políticas antidumping en Estados Unidos

Estados Unidos se cataloga como uno de los países que permite el libre comercio, pero esto ha ido cambiando durante los últimos años, debido a que los productos provenientes de China, que han ido invadiendo poco a poco el mercado estadounidense, que se han convertido en una amenaza para la producción nacional de este país, por lo que en los últimos años, el presidente Donald Trump ha peleado fuertemente con China, tanto así que les ha impuesto sanciones económicas y de entrada al país de sus productos, por lo que se han ido tensionando las relaciones entre ambos países, ahora bien, es claro entender que este caso nos muestra que Estados Unidos es muy proteccionista cuando las industrias nacionales se empiezan a ver afectadas por productos extranjeros.

El sector textil es uno de los sectores que más protege Estados Unidos, pero en este caso en particular, Colombia a través del tratado de libre comercio, goza de beneficios para acceder más fácilmente al mercado estadounidense, pero esto no

⁷⁴ CUBAS, Beatriz. Manual Práctico Para El Sector Textil - Confecciones. 1 ed. Colombia: Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, 2013. p. 10-34

significa que las políticas no representen una amenaza para la importación de ropa deportiva a Estados Unidos.

Según afirma José Moreiras⁷⁵, esta medida, es una de las tantas que regula la OMC, ya que este organismo permite que estas medidas sean un mecanismo de protección para aquellas industrias que se vean desprotegidas o que esté ocurriendo un daño por productos extranjeros, es importante aclarar que estas medidas son solo aplicadas a aquellos sectores en los cuales se pueda demostrar la existencia del dumping, mediante una investigación que se realiza para determinar el posible efecto adverso o daño que se esté realizando, la industria textil se ha visto afectada sobre todo por las telas provenientes de China, ya que suelen ser mucho más baratas que las hechas en Estados Unidos, por consiguiente, es importante entender que al entrar al mercado estadounidense, no se esté perjudicando la industria nacional e incurrir en la competencia desleal con la modalidad de dumping

En el caso de los Estados Unidos, existe La Ley Aduanera de 1930, en esta ley se expone básicamente todos los procedimientos que deben ser considerados para empezar una investigación para demostrar que se está cometiendo un daño en contra de la industria nacional, como lo indica José Moreiras⁷⁶, esta ley se ha ido modificando conforme van transcurriendo los años, para así poder adaptarse a los tiempos modernos, y de cierta manera, poder estar vigentes con respecto al ámbito internacional, claro está que esto no deben dejar a un lado los acuerdos internacionales y los principios como también estatutos instaurados en la OMC, para que tampoco se esté faltando a todos aquellos acuerdos que se han pactado con anterioridad.

En caso tal de que se quiera empezar a realizar una investigación para determinar si existe el dumping se debe realizar lo siguiente:

- Se deberá presentar una solicitud contra el dumping en la comisión de comercio exterior, de igual forma, se deberá presentar la misma solicitud ante el departamento de comercio, este último es el que determina si realmente existe motivos suficientes para dar inicio a una investigación (cabe aclarar que ambas solicitudes se deben hacer de forma simultánea ante ambos organismos).
- Deben aportarse pruebas tales como valores actuales en el mercado, lista de precios, cotizaciones en donde se refleje precios y los productos en cuestión, a su vez adjuntar bajo juramento, que toda la información suministrada es verídica,

⁷⁵ MOREIRAS, José Luis Káiser y JIMÉNEZ, Ángeles Bosch. La política comercial de Estados Unidos con el resto del mundo.: Los instrumentos de defensa comercial de EE UU en la era del presidente Trump. En: Boletín Económico De ICE, Información Comercial Española. no. 3110, p. 27-44

⁷⁶ Ibid.

se pueden dar como aporte informes sobre la información que ha sido otorgada por los vendedores, estudios de mercado y en casos más específicos, el sistema arancelario que regularía el producto que está provocando el daño.

Cabe aclarar que cuando se inicia una investigación o se va a iniciar la solicitud para iniciar la investigación por un posible caso de dumping, el ente que realiza la investigación les brinda una ayuda a los que realizan la petición, para que ninguna de las solicitudes incumpla los requisitos planteados de la ley aduanera de 1930, esto es una ventaja, ya que al momento de adjuntar las pruebas, éstas fueron previamente recomendadas por la entidad y puede ser presentadas sin temor a que sean desvirtuadas por el hecho de incumplir la normatividad vigente.

Es muy importante entender que estas medidas en el sector textil, se han visto reflejado para países como China, ya que últimamente se ha visto golpeado el sector de los textiles en Estados Unidos, por lo que el presidente actual, Donald Trump, ha sido muy estrictos en cuanto a sus políticas de protección a la industria nacional y restringir el libre acceso de mercancías extranjeras, por lo que claramente se está evidenciando, que es un poco más difícil ingresar al mercado estadounidense para aquellos sectores que se consideran amenazados por la industria extranjera.

Colombia no representa un peligro para la industria textil, ya que, de acuerdo a los acuerdos firmados, ambas naciones se ven beneficiadas y reguladas por los entes correspondientes en cada país, pero es importante tener en cuenta que el dumping es muy penalizado en estados unidos y se debe tener claridad en cuanto a los rangos de precios, para no generar resultados adversos y sobre todo no ser sancionados por posible daño a la industria estadounidense.

Por último, que, en el caso de la ropa deportiva en Estados Unidos, es de suma importancia entender que existen diversas marcas que están imponiendo la moda en este país (Nike o Adidas por nombrar algunos), por lo que estas marcas serán el precio guía de lo que se puede cobrar en este país, para así tener menos errores a la hora de determinar un precio para el consumidor final, a su vez de tener en cuenta los precios que están regulados y que son los permitidos para no incurrir en la modalidad de dumping.

5.6 MEDIDAS DE SALVAGUARDIA

Estas medidas, a diferencia de las medidas antidumping, permiten que se restrinja la entrada de productos que estén amenazando la industria comercial temporalmente, por lo que no es tan grave como la anterior pero aun así si es un factor determinante para tener en cuenta, estas medidas son aplicables a todos los países, a excepción de aquellos países en vía de desarrollo y si sus exportaciones representan el 3% de las importaciones totales

Según lo expone José Moreiras⁷⁷, estas medidas son con frecuencia, menos utilizadas con respecto a las medidas antidumping, ya que muchos de los sindicatos o gremios de las industrias estadounidenses, prefieren que se sancionen con la no entrada de estos productos, además de que es preferible la eliminación permanente de la amenaza, que una medida que es temporal, por este motivo, es que esta medida no es muy recurrida que la antidumping pero no deja de ser un factor que debe tenerse en cuenta.

Con respecto a los Estados Unidos, esta medida esta regula en la Trade Act de 1974, en donde se encuentra toda la información con respecto a la medida de salvaguardas, como lo indica José Moreiras⁷⁸, cabe resaltar que la International Trade Commission, es el organismo encargado de realizar las investigaciones correspondientes, estas investigaciones pueden ser solicitadas por los representantes de los diferentes gremios existentes en Estados Unidos, también el mismo presidente puede solicitar la apertura de investigación para verificar si realmente existe el daño que se dice, lo está provocando los productos que ingresan al país.

En caso de que estas investigaciones fueran fructíferas y determinen que realmente existe un daño, se evidenciara lo siguiente:

- La comisión encargada de la investigación, realizara una serie de recomendaciones en donde se evidencie que se requiere usar la medida para el producto y evitar el daño de la industria.
- Determina él porque es importante tomar esta medida para la importación que está causando el daño y él porque es importante prevenir el daño si es que no lo está causando
- El presidente de los Estados Unidos es la persona que ordenara que se tomen medidas o no, ya que, en este caso, es más una medida preventiva y transitoria, por lo que el presidente tiene la facultad de poder decidir si se aplica o no.
- En caso en que, el presidente decida tomar las medidas de salvaguardia, la ITC deberá presentar informes ante el presidente y ante el congreso sobre la efectividad de la medida, en donde se evidencie si la industria local realmente se ha recompuesto con la medida, donde una vez la industria se ha recuperado, habilitar las importaciones.

⁷⁷ MOREIRAS, José Luis Káiser y JIMÉNEZ, Ángeles Bosch. La política comercial de Estados Unidos con el resto del mundo.: Los instrumentos de defensa comercial de EE UU en la era del presidente Trump. En: Boletín Económico De ICE, Información Comercial Española. no. 3110, p. 27-44

⁷⁸ Ibid.

Estados Unidos a lo largo de la creación de estas medidas por la OMC, solo las han impuesto 8 veces, por lo que es de notar que no optan con mucha frecuencia estas medidas, según Ana Cely⁷⁹, por lo que para el sector textil, es muy poco probable que se tomen estas medidas en contras de las importaciones de ropa deportiva, pero en caso tal de que se dé el caso de que pongan en riesgo la industria local, es importante entender cómo funciona esta medida y como se puede evitar a un futuro en caso de que se llegue a plantear.

Es importante entender que estas medidas son instrumentos para la defensa comercial y medidas proteccionistas, con la llegada de Donald Trump, se han intensificado estas medidas en donde, si bien Colombia tiene un TLC vigente y permite la exportación de textiles, es de suma importancia asegurarse que no se vaya a incurrir en competencia desleal y llegue a impactar de manera negativa a la industria estadounidense.

⁷⁹ CELY, Ana María Pineda. Tratamiento de las políticas antidumping en el marco de la OMC y los Tratados de Libre Comercio firmados y ratificados por Colombia con Canadá, República de Corea y Estados Unidos de América. En: Revista E-Mercatoria. vol. 15, no. 1, p. 49-102

6. VIABILIDAD FINANCIERA DE LA EXPORTACIÓN DE ROPA DEPORTIVA A ESTADOS UNIDOS EN UNA PROYECCIÓN DE 6 AÑOS

A continuación, se determinará la viabilidad financiera de la exportación de la ropa deportiva hacia estados unidos con una proyección a 6 años, en donde se desglosará los costos que conlleva la realización de este proyecto, para que se tenga claridad de todo aquello que implicaría llevar a cabo este proyecto, es de aclarar que se exportara ropa deportiva para uso profesional, ya que es el mercado más fuerte que se encuentra en crecimiento en estos momentos.

En este capítulo se desglosará todos aquellos aspectos que son importantes para determinar la viabilidad económica del proyecto, además de establecer aquellos costos para realizar un análisis de rentabilidad del proyecto y a su vez la viabilidad del mismo.

6.1 CANTIDAD DE PRENDAS QUE SE EXPORTARAN

A lo largo del proyecto se ha explicado a nivel técnico y normativo, lo que las prendas deportivas deberán cumplir para poder ingresar al país, teniendo en cuenta estos aspectos, se planea exportar 3300 unidades de ropa deportiva a Estados Unidos, estos artículos a exportar serán los siguientes:

- “*T-shirts*” para hombres
- “*T-shirts*” para mujeres
- Licras deportivas unisex

Estos tres productos serán la base para el ingreso al mercado estadounidense de ropa deportiva, ya que son los que los estadounidenses consumen más y por los cuales se puede acceder a este mercado con productos que son del agrado del consumidor, a su vez, no se tiene en cuenta más productos, pero si se deja abierta la posibilidad de ampliar el catálogo de ropa deportiva, a continuación se mostrara un cuadro con las cantidades exactas de la importación de cada artículo:

Tabla 1. Cantidad de prendas a exportar

Periodo de exportacion	Primer trimestre año 1	Segundo trimestre año 1	Tercer trimestre año 1	Cuarto trimestre año 1	Total
Cantidad Licras deportivas	1200	1400	1600	1800	6000
Cantidad " <i>T-shirts</i> " hombres	1000	1200	1400	1600	5200
Cantidad " <i>T-shirts</i> " mujeres	1100	1300	1500	1700	5600
Exportaciones total por unidades	3300	3900	4500	5100	16800

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 1, se muestra las cantidades exactas de las unidades que se van a enviar a Estados Unidos, en esta tabla se nos muestra los tres tipos de ropa que se van a exportar, además de las cantidades de cada una, a su vez, la exportación se realizara en periodos de 4 exportaciones, es decir, se realizaran dos exportación la primer semestre del primer año y posteriormente se realizara las otras dos exportaciones restantes en el segundo semestre del primer año, en donde progresivamente se irán aumentando la cantidad de las unidades, periodo por periodo, hasta lograr exportar las 16800 unidades deseadas.

Se realiza de esta manera (en forma de 4 envíos) para ir ingresando progresivamente al mercado estadounidense e ir observando posibles inconvenientes que se pueda presentar a lo largo de estos periodos, para así poder tener un margen de error para corregirlos y asegurar que las exportaciones sean exitosas.

Se espera que esta cantidad llegue en perfectas condiciones y que puedan ser comercializadas inmediatamente, y estas cantidades pueden ser variadas a lo largo de los años en los cuales el proyecto se esté estimando, pero para razones prácticas, se realizara toda la proyección con base a estas cantidades, para poder determinar la viabilidad del proyecto.

6.2 COSTOS DE EXPORTACIÓN

Estas cantidades previamente mencionadas, pueden ser enviadas por diferentes empresas de logística (FedEx, DHL, TCC, entre otros operadores de logista que realizan el proceso logístico de exportación), de esta forma los precios de esta operación son muy variados dependiendo del tipo de mercancía que se envía y el peso, el tipo de embalaje y el destino final de la mercancía.

Como en este caso, que se realizaran diferentes envíos, con diferentes cantidades y diferente peso, se ha determinado que los costos aproximados de estos envíos son los siguientes:

Tabla 2. Costos de envió.

Numero de exportacion	Primer trimestre año 1	Segundo trimestre año 1	Tercer trimestre año 1	Cuarto trimestre año 1	Total
Costo de exportacion en dolares	\$ 1.668	\$ 1.980	\$ 2.271	\$ 2.572	\$ 8.492
Costo flete Estados Unidos en dolares	\$ 834	\$ 986	\$ 1.053	\$ 1.193	\$ 4.065
Total por exportacion otros costos	\$ 2.503	\$ 2.966	\$ 3.323	\$ 3.765	\$ 12.557

Fuente: Elaboración propia

La anterior tabla se muestra todos aquellos costos que llevan el envío de la mercancía hacia Estados Unidos, en donde se han estimado los precios promedios

que los operadores logísticos pueden llegar a cobrar para enviar la carga hacia Estados Unidos, estos operadores nos garantizan el respectivo cuidado de las cargas, además de que ellos se pueden hacer cargo de pagar los tributos aduaneros, la liberación de la mercancía e incluso la entrega de la mercancía al comprador, esto es muy importante ya que estos operadores logísticos nos brinda las facilidades para la entrega de la mercancía, es de aclarar que estos costos son un promedio del mercado actual, es decir, puede que los precios varíen por los diferentes operadores, pero para el caso de este trabajo, se tomó un precio de referencia para poder realizar los cálculos de viabilidad financiera.

Es de aclarar que se debe ser muy específicos con el tipo de carga y el peso de la mercancía, ya que la mayor parte del precio, se verá influenciado por estos dos factores, por lo es de sumo cuidado el seleccionar la cantidad y el peso que se va a exportar, ya que esto se verá reflejado en la proyección económica que se realizará. A continuación, se mostrará las cotizaciones que se realizaron para cada envío, en donde estas estimaciones se hicieron con la empresa FedEx a través de su página web, los valores que se mostraran están en pesos, por lo que, en las descripciones de cada una, se hará la conversión a dólares:

Imagen 4. Costos de primer envío en pesos.

julio de 2020		
Los montos se muestran en COP		
LLEGA EL mié., jul. 15	ENTREGADO POR 8:00 a. m. FedEx International First®	\$ 7.603.489
	ENTREGADO POR 10:30 a. m. International Priority®	\$ 7.461.581
LLEGA EL vie., jul. 17	ENTREGADO POR 4:30 p. m. FedEx International Economy®	\$ 6.160.848

Fuente: FEDEX. Envío de cargas. [Consultado el 20-06-2020]. Disponible en: <https://www.fedex.com/es-co/home.html>

En la imagen 4 se muestra que para realizar el primer envío de la mercancía tiene un costo **\$6.160.848** pesos colombianos, lo que equivaldría **\$1668** en dólares estadounidense, para poder enviar 3300 unidades que equivalen a **155 kg**.

Imagen 5. Costos de envío en pesos del segundo envío.

Los montos se muestran en COP		
LLEGA EL mié., jul. 15	ENTREGADO POR 8:00 a. m. FedEx International First®	\$ 9.026.062
	ENTREGADO POR 10:30 a. m. International Priority®	\$ 8.857.621
LLEGA EL vie., jul. 17	ENTREGADO POR 4:30 p. m. FedEx International Economy®	\$ 7.313.510

Fuente: Fuente: FEDEX. Envío de cargas. [Consultado el 20-06-2020]. Disponible en: <https://www.fedex.com/es-co/home.html>

En la imagen 5 se muestra que para realizar el primer envío de la mercancía tiene un costo **\$7.3213.510** pesos colombianos, lo que equivaldría **\$1980** en dólares estadounidense, para poder enviar 3300 unidades que equivalen a **183 kg**.

Imagen 6. Costos de envío en pesos del tercer envío.

Los montos se muestran en COP		
LLEGA EL mié., jul. 15	ENTREGADO POR 8:00 a. m. FedEx International First®	\$ 10.350.546
	ENTREGADO POR 10:30 a. m. International Priority®	\$ 10.157.378
LLEGA EL vie., jul. 17	ENTREGADO POR 4:30 p. m. FedEx International Economy®	\$ 8.386.687

Fuente: Fuente: FEDEX. Envío de cargas. [Consultado el 20-06-2020]. Disponible en: <https://www.fedex.com/es-co/home.html>

En la imagen 6 se muestra que para realizar el primer envío de la mercancía tiene un costo **\$8.386.687** pesos colombianos, lo que equivaldría **\$2.271** en dólares estadounidense, para poder enviar 3300 unidades que equivalen a **211 kg**.

Imagen 7. Costos de envío en pesos del tercer envío.

LLEGA EL	ENTREGADO POR	Costo (COP)
mié., jul. 15	8:00 a. m. FedEx International First®	\$ 11.724.076
	10:30 a. m. International Priority®	\$ 11.505.276
vie., jul. 17	4:30 p. m. FedEx International Economy®	\$ 9.499.626

Fuente: Fuente: FEDEX. Envío de cargas. [Consultado el 20-06-2020]. Disponible en: <https://www.fedex.com/es-co/home.html>

En la imagen 7 se muestra que para realizar el primer envío de la mercancía tiene un costo **\$9.499.626** pesos colombianos, lo que equivaldría **\$2.572** en dólares estadounidense, para poder enviar 3300 unidades que equivalen a **239 kg**.

Además, para determinar el costo del flete hacia Estados Unidos, se tuvo en cuenta la siguiente grafica en donde nos muestra los valores de los fletes dependiendo del peso de la carga:

Imagen 8. Costo de flete en Estados Unidos.

FLETE AÉREO	
Kg/Vkg. (real u/o volumétrico)	SUSD
de 0 a 75.99 kg	\$ 7,00 x Kilo/Volumen Kilo
de 76 a 100.99 kg	\$ 6,50 x Kilo/Volumen Kilo
de 101 a 150.99 kg	\$ 5,60 x Kilo/Volumen Kilo
de 151 a 200.99 kg	\$ 5,40 x Kilo/Volumen Kilo
mas de 201kg	\$ 5,00 x Kilo/Volumen Kilo

Fuente: ETRADERS. Tarifas. [Consultado el 20-06-2020]. Disponible en: <http://www.etraders.cl/tarifas>.

Para calcular los costos del flete se hizo lo siguiente:

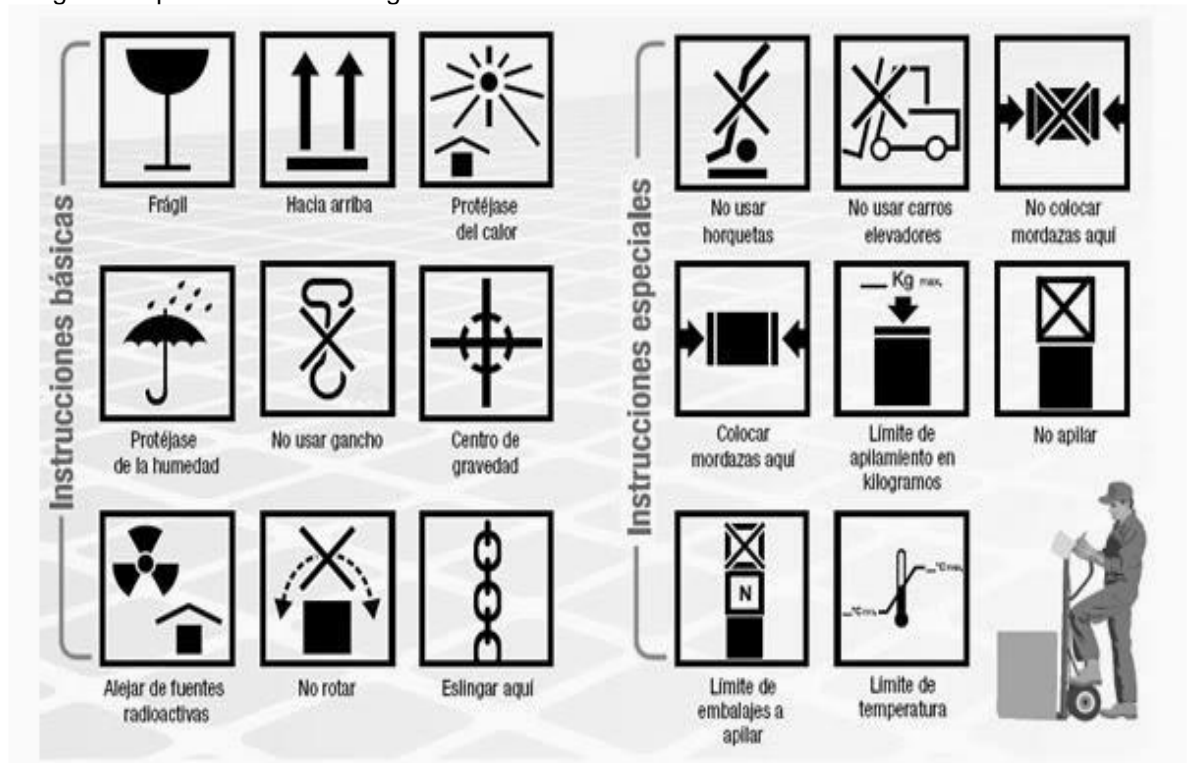
- Para la primera carga, que tiene un peso de **155 kg**, se multiplica por **\$5,4 dólares** que es lo que cuesta por kilo transportado para el rango de entre 101 a 200 kg, por lo que se obtuvo un costo de flete de **\$834 dólares**
- Para la segunda carga, que tiene un peso de **183 kg**, se multiplica por **\$5,4 dólares** que es lo que cuesta por kilo transportado para el rango de entre 101 a 200 kg, por lo que se obtuvo un costo de flete de **\$986 dólares**
- Para la segunda carga, que tiene un peso de **211 kg**, se multiplica por **\$5 dólares** que es lo que cuesta por kilo transportado para el rango de 201 kg o más, por lo que se obtuvo un costo de flete de **\$1.053 dólares**
- Para la segunda carga, que tiene un peso de **239 kg**, se multiplica por **\$5 dólares** que es lo que cuesta por kilo transportado para el rango de 201 kg o más, por lo que se obtuvo un costo de flete de **\$1.193 dólares**

6.3 EMBALAJE

A continuación, se hará una descripción detallada del tipo de embalaje en el cual se ha determinado el ideal para la ropa deportiva:

- Se empacará la mercancía en cajas de cartón corrugado, ya que este es recomendado para este tipo de artículos, además de que son muy resistentes al peso de cada artículo
- Las dimensiones de la caja o cajas serán de 20x20x20
- Se especificará que estas no se mojen y no se deban usar ganchos para llevar este tipo de cajas, ya que la humedad puede afectar la ropa y los ganchos pueden llegar a rasgar la mercancía, dejándola inservible
- Estas cajas contarán con estibas para poder transportarla más fácilmente y no correr el riesgo de que en el momento de ser transportada, sea arrastrada o sufra daño la mercancía
- Las cajas serán fabricadas conforme la ASTM lo sugiera para poder llevar adentro este tipo de mercancía

Imagen 9. Tipos de símbolos según la norma ISO 780.



Fuente: PARDO, Jorge. Los Símbolos ISO Para Embalajes. [Consultado el 21-06-2020]. Disponible en: <https://blog.cajaeco.com/los-simbolos-iso-para-embalajes/>

En la imagen 9, podemos observar los diferentes tipos de símbolos que llevan las cajas al momento de embalaje, para poder identificar las contra indicaciones, en el caso de la ropa deportiva se usaran:

- Protéjase de la humedad
- No usar gancho
- Protéjase del calor
- Límite de apilamiento en kilogramos

Esto se determinó debido a que las fibras de las cuales está hecho la ropa deportiva, según lo estipula ProColombia⁸⁰, puede verse afectada por la exposición de condiciones de humedad y temperatura, a su vez, existe el riesgo de que, de usar ganchos, pueda perforar las cajas y dañar los textiles que se encuentran dentro,

El valor estimado de la elaboración de estas cajas es de aproximadamente **\$2.600 COP** por unidad, el costo de estibado y transporte está incluido en los costos de envío del proyecto, además de que las cajas de cartón serán de reciclables, para no

⁸⁰ ProColombia. Manual De Empaque Y Embalaje Para Exportación. 2016.

tener inconvenientes con entidades ambientalistas, además de que el proceso de transporte sea amigable con el medio ambiente y su impacto sea lo menor posible.

6.4 MODALIDAD DE EXPORTACIÓN (ICONTERMS)

En este caso, el modelo para exportar hacia Estados Unidos fue el DPU que significan Delivered at Place Unloaded (Entregado en el lugar Descargado), De acuerdo con JVC⁸¹ este significa que el vendedor debe realizar la entrega de la mercancía y debe tramitar el riesgo cuando la pone a disposición del comprador en el medio de transporte de llegada, la deberá descargar por sus medios y deberá llevarla al punto de destino que se halla pactado con el compra, el despacho de aduanas es a cargo del vendedor.

Se escogió este Incoterm debido a que como lo afirma JVC⁸², se controla toda la cadena de logística hasta la llegada al comprador para su posterior comercialización, esto nos da la seguridad de que el material llegara en buen estado y no sufrirá ningún daño, además, se da la máxima garantía al comprador para que este no tenga que preocuparse por el tema de la logística, haciendo que las negociaciones con este, se hagan más sencillas, una de las ventajas de este Incoterm, es que en un país como Estados Unidos, se puede controlar perfectamente la logística del envío, ya que este Incoterm no es recomendable para aquellos países con una pobre estructura territorial y logística, caso contrario a Estados Unidos, que me permite gozar de este control logístico, en la ilustración 13, se puede observar la modalidad de este Incoterm.

Imagen 10. Incoterm en la modalidad de DPU o DELIVERED AT PLACE



Fuente: JVC. Incoterms 2020. 2019. p. 16

⁸¹ JVC. Incoterms 2020. 2019. p. 16

⁸² Ibid.

A continuación, nombraremos las obligaciones que tiene el exportador bajo este tipo de Incoterm:

- *“Debe realizar la entrega de la mercancía y la factura comercial, según lo acordado en el contrato de la compraventa.*
- *Debe tener las licencias o aquellas autorizaciones que se Deneb tener para poder exportar y realizar el transporte de la mercancía en dado caso de que sea necesario.*
- *Debe realizar la verificación, debe realizar el correspondiente embalaje , así mismo marcas la mercancía y debe realizar las respectivas inspecciones del preembarque que son exigidas por el país de origen, en este caso Colombia.*
- *Debe hacerse cargo de realizar los respectivos trámites en aduanas para poder exportar y realizar el respectivo transporte de la mercancía hacía el país de destino, en este caso Estados Unidos.*
- *Debe hacerse cargo de hacer la contratación del transporte hasta el lugar que se acordó con el comprador, en caso tal, de que no se acuerde un lugar de destino, el vendedor puede elegir el punto de destino.*
- *Debe suministrar al vendedor, el documento que le permita recoger la mercancía.*
- *Debe dar información al comprador, sobre la contratación del seguro, asumiendo el pago de este y el riesgo que implica.*
- *Debe dar todos los avisos necesarios al comprador para que pueda alistarse y tomar medidas para que pueda recibir la mercancía.*
- *Debe prestar ayuda al comprador para que este pueda obtener la información que se necesita para realizar la importación de la mercancía, a su vez, el transporte de esta misma, todo esto lo debe pagar el comprador.”⁸³*

A su vez, las obligaciones del comprador son las siguientes:

- *“El comprador debe pagar el precio que previamente se estableció en el contrato de compraventa.*
- *Debe obtener las autorizaciones o aquellas licencias requeridas para la importación de la mercancía.*
- *Debe asumir el costo de las inspecciones de los preembarques obligatorios establecidos por las autoridades competentes del país destino, en este caso, Estados Unidos.*
- *Debe realizar los trámites en aduanas para poder importar la mercancía al país destino (Estados Unidos).*
- *Debe suministrar al vendedor, la información que se requiere para la adquisición del seguro.*

⁸³ JVC. Incoterms 2020. 2019. p. 16

- Debe realizar un aviso al vendedor acerca del tiempo y el punto de destino para recoger la mercancía, de forma anticipada y cuando se deba realizar el proceso.
- Debe recibir y dar visto bueno con el documento que el comprador suministra para poder hacer la recogida de la mercancía.
- Debe suministrar la ayuda para que el vendedor pueda obtener la información y los documentos pertinentes para el transporte y exportación de la mercancía.
- Debe hacer el recibimiento de la mercancía cuando esta sea entregada en el lugar o punto de destino que se ha acordado previamente.
- Debe dar un aviso de manera oportuna al vendedor, para que este sepa cuales son los requisitos para que pueda preparar la documentación pertinente para que el comprador pueda realizar la importación debidamente y su correspondiente transporte.”⁸⁴

Cuadro 4. Asunción de costes y riesgos por el exportador.

Incoterms 2020 - Asunción de costes y riesgos por el exportador

	Mercancía preparada para venta	Carga en instalaciones exportador	Transporte interior en origen	Despacho de exportación	Manipulación carga en origen	Transporte internacional principal	Seguro	Descarga en destino	Despacho de importación	Transporte interior en destino	Descarga destino final
EXW	•										
FCA	•	•	•	•							
CPT	•	•	•	•	•	• ⁽¹⁾		• ⁽²⁾			
CIP	•	•	•	•	•	• ⁽¹⁾	•	• ⁽²⁾			
DAP	•	•	•	•	•	•	•	•		•	
DPU	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•
DDP	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	• ⁽²⁾
FAS	•	•	•	•							
FOB	•	•	•	•	•						
CFR	•	•	•	•	•	• ⁽¹⁾		• ⁽²⁾			
CIF	•	•	•	•	•	• ⁽¹⁾	•	• ⁽²⁾			

Cualquier modo/s de transporte
"Transporte marítimo y por vías navegables de interior"

⁽¹⁾ Asunción de costes pero no de riesgos. ⁽²⁾ Según lo que acuerden exportador e importador y el lugar específico de entrega. Fuente: Afi, a partir de CCI.

Fuente: JVC. Incoterms 2020. 2019

En el cuadro 4, vemos de forma resumida, todos aquellos riesgos y responsabilidades que asume el vendedor a la hora de seleccionar el incoterm, que para nuestro caso, es la DPU, haciendo una muestra de que se asume la mayoría del riesgo y a su vez, se tiene el control total del transporte y despacho de la mercancía, haciéndolo un poco más seguro para el comprador pero más riesgoso

⁸⁴ JVC. Incoterms 2020. 2019. p. 16

para el vendedor, pero en ambos casos, está la seguridad de que la mercancía llegara en perfectas condiciones, los gastos de este envío se encuentra en la tabla para tener claridad sobre los costos de este, haciéndole un costo total de **\$13.994** dólares.

6.5 COSTOS DE VENTA

Se ha determinado que los costos de venta son aquellos que nos acarrear en realizar la negociación con el comprador, en donde se tiene en cuenta los viáticos que acarrea un viaje a Estados Unidos, además de tener un plan de celular para estar en constante comunicación tanto con el comprador (con el que se está negociando), como con la gente de la empresa para informar sobre cualquier novedad acerca de la negociación, además de la publicidad que se hará para fomentar el comercio de la mercancía en el mercado estadounidense con respecto a la ropa deportiva.

En la tabla podremos apreciar todos los costos que se tienen pensado que puede traer este proyecto:

Tabla 3. Costos de venta de la exportación de ropa deportiva a Estados Unidos.

Numero de exportacion	Primer trimestre año 1	Segundo trimestre año 1	Tercer trimestre año 1	Cuarto trimestre año 1	Total
Costo de exportacion en dolares	\$ 1.668	\$ 1.980	\$ 2.271	\$ 2.572	\$ 8.492
Costo flete Estados Unidos en dolares	\$ 834	\$ 986	\$ 1.053	\$ 1.193	\$ 4.065
Total por exportacion otros costos	\$ 2.503	\$ 2.966	\$ 3.323	\$ 3.765	\$ 12.557

Fuente: Elaboración propia

En la anterior tabla, se tomó en cuenta estos costos son para el primer año de la implementación y puesta en marcha del proyecto, teniendo en cuenta los precios actuales sobre el costo tanto de tiquetes aéreos, además se realizará una campaña publicitaria para atraer al consumidor estadounidense para poder entrar al mercado de una forma muy positiva.

Todos estos costos son tenidos en cuenta debido a que se ha identificado que son factores en donde para el caso específicos de ropa deportiva, puede llegar a ser claves para poder implementar de forma correcta el proyecto, el total estimado para el primer año para los costos de venta son **\$41,7689** dólares.

Para determinar los costos de los pasajes, se realizó una cotización con Avianca para que suministrara el costo de esto, con destino a Miami desde Bogotá, en donde la cotización fue la siguiente:

Tabla 4. Costo de tiquetes del viaje Bogotá-Miami ida y vuelta.

Concepto	Costo en dolares
Tiquete ida	\$ 285,57
Tiquete vuelta	\$ 81,08
Total	\$ 366,65

Fuente: Elaboración propia.

Además, se realizó una cotización de los precios para el hospedaje y servicios en Miami para estar 7 días, ya que se planea revisar que los paquetes lleguen y realizar su respectivo control:

Tabla 5. Costo de viaje hacia Miami.

Destino	Precio Hospedaje en dolares	Costo Comida en dolares	Transporte en dolares	Total en dolares
Miami	\$ 942,58	\$ 568,64	\$ 412,09	\$ 1.923,32

Fuente: Elaboración propia.

Por último, se realiza la cotización de la campaña publicitaria, que será a través de internet y promoción de redes sociales, las cuales se esperan que genere un impacto positivo y generar atractivo entre los usuarios, los costos fueron los siguientes:

Tabla 6. Costo de la campaña publicitaria.

Servicio	Cuota inicial en dolares	Valor mensualidad en dolares
Pagina web	\$ 812,35	-
Administrador campañas SEM	-	\$ 80,56
Marketero Digital	-	\$ 902,25
Web Designer	-	\$ 773,35
Reporte Analytics Data Studio	-	\$ 148,93
Total	-	\$ 2.717,44
Valor por cada trimestre	-	\$ 8.152,32

Fuente: Elaboración propia.

6.6 MODELO DE COMERCIALIZACIÓN- CANVAS

De acuerdo a los costos de venta, se decidió optar por el modelo canvas, ya que este modelo tiene en cuenta los factores que se son claves para el ingreso del producto en Estados Unidos, en donde estos factores son:

- Producto
- Distribución
- Precio

- Comunicación

Lo anterior es importante en el caso de la ropa deportiva, como lo indica Diego Monferrer⁸⁵, debido a que existe una competencia en donde se enfrentará aspectos tales como la buena distribución de los productos en las diferentes sucursales de las tiendas, es muy importante entender que, dentro del proyecto de exportación, es considerado mejor este modelo para iniciar en el mercado estadounidense,

El producto es fundamental para que el éxito del producto sea rotundo, ya que este mercado es caracterizado por un fuerte sentido de calidad del producto y poder sentir que el producto está muy bien fabricado, este modelo encaja perfectamente con el concepto de desarrollo de producto y perfeccionado, además es importante que este modelo plantea el sentido de darle un valor agregado al producto, debido a que el valor agregado de los productos deportivos son un factor en donde se establece como un posible factor de decisión de compra del producto, entonces el producto siempre es producido para que ese valor agregado lo pueda sentir el consumidor final y poder ser competitivo en el mercado.

Según Diego Monferrer⁸⁶, la distribución del producto en Estados Unidos, se hará en parte por el importador de la mercancía, ya que se realizará una alianza con distribuidores de marcas deportivas, para que esta distribución se hará por parte del exportador, para poder llegar a diferentes puntos de venta en Estados Unidos y cubrir los posibles lugares potenciales para que el mercado puede hacer crecer la producción y poder ampliar el catálogo de ropa deportivas que se están ofreciendo.

El precio es otro factor clave para este modelo, en este caso, se entrará con precios que están establecidos por el mercado estadounidense, que se encuentra en un rango determinado, para así poder entrar de una forma competitiva sin llegar al punto de generar dumping para la industria estadounidense, en caso de que exista la posibilidad de que el precio sea costoso, se realizaran promociones y descuentos para los clientes.

La campaña de publicidad se centrara en poder promocionar los tres artículos, haciendo énfasis en las ventajas que ofrece el utilizar los productos, con respecto a los que existen en el mercado actual, esto será asumido por el exportador, por lo que el importador se les dará una ventaja para que él pueda colocar esta publicidad en las tiendas, además se les dará un apoyo para el tema de virtualidad (compras en línea, publicidad en internet), por lo que es importante que la campaña publicitaria sea un atractivo para el consumidor final, y se hará un acompañamiento fuerte en las redes sociales, ya que esta forma de publicidad es perfecta para poder llegar a todos aquellos consumidores que se quieren llegar.

⁸⁵ MONFERRER TIRADO, Diego. Fundamentos De Marketing. Barcelona: Universitat Jaume I, 2013.

⁸⁶ Ibid.

6.7 PROYECCIÓN DE VENTAS

Se realizó una proyección de ventas en donde se tiene en cuenta el primer año del proyecto, teniendo en cuenta precios establecidos por cada artículo y a su vez lo que se estima de ganancias por las ventas de los artículos, la proyección es la siguiente:

Tabla 7. Proyección de ventas para el primer año.

Numero de exportacion	Primer trimestre año 1	Segundo trimestre año 1	Tercer trimestre año 1	Cuarto trimestre año 1	Total
Ventas Licras deportivas en dolares	\$ 42.242	\$ 49.282	\$ 56.323	\$ 63.363	\$ 211.210
Ventas "T-shirts" hombres en dolares	\$ 29.786	\$ 35.743	\$ 41.701	\$ 47.658	\$ 154.888
Ventas "T-shirts" mujeres en dolares	\$ 29.786	\$ 35.202	\$ 40.617	\$ 46.033	\$ 151.638
Total ventas por exportacion	\$ 101.814	\$ 120.227	\$ 138.641	\$ 157.054	\$ 517.736

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 7, se muestra las proyecciones de ventas que se esperan por cada exportación que se hace, en donde en cada exportación, crece el número de ventas debido a la cantidad que se exporta (que como se vio anteriormente, por cada exportación, va aumentando la cantidad de cada artículo que se está exportando), teniendo en cuenta esto, los precios que se han establecido por cada artículo son los siguientes:

Tabla 8. Precios de cada prenda deportiva

Tipo de prenda	Valor de venta	Valor en dolares
Licras deportivas	\$ 130.000	\$ 35
"T-shirt s" hombres	\$ 110.000	\$ 30
"T-shirts" mujeres	\$ 100.000	\$ 27

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 8, se muestra el valor de cada prenda en el mercado estadounidense, la segunda columna indica el precio en valor de pesos colombianos, y la última columna es el valor en dólares (este precio será para el consumidor final), estos precios son establecidos de acuerdo a la complejidad de la prendas, además de la calidad que esta posee, sin dejar a un lado, el coste de producción que representa cada una, esto incluye que tanta fibra textil se utilizó para fabricar la prenda, como el tipo de material que se utilizó.

En total, la proyección nos arroja un total de ventas de **\$ 376.000.000**, esto para el primer año, para los demás años, se estiman un crecimiento del 2%, haciendo sinergia con el crecimiento del mercado actual.

6.8 Viabilidad financiera

Para finalizar este capítulo, se realizó un análisis financiero para determinar la viabilidad del proyecto, haciendo una proyección de 6 años en funcionamiento, en donde se tuvieron en cuenta todos aquellos aspectos que se han mencionado a lo largo del presente capítulo:

Tabla 9. Estado de resultados de la proyección financiera.

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
VENTAS	\$ 517.736	\$ 569.510	\$ 626.461	\$ 689.107	\$ 758.018	\$ 833.819
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 75.957	\$ 83.552	\$ 91.907	\$ 101.098	\$ 111.208	\$ 122.329
COSTOS DE ENVIO	\$ 12.557	\$ 13.185	\$ 13.844	\$ 14.536	\$ 15.263	\$ 16.026
UTILIDAD BRUTA	\$ 429.223	\$ 472.773	\$ 520.710	\$ 573.473	\$ 631.547	\$ 695.465
GASTO DE VENTAS	\$ 41.769	\$ 44.275	\$ 46.932	\$ 49.748	\$ 52.733	\$ 55.897
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 10.831	\$ 11.914	\$ 13.106	\$ 14.416	\$ 15.858	\$ 17.444
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 376.623	\$ 416.583	\$ 460.672	\$ 509.309	\$ 562.956	\$ 622.124
INTERESES	\$ 2.708	\$ 2.708	\$ 2.708	\$ 2.708	\$ 2.708	\$ 894
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 373.915	\$ 413.876	\$ 457.964	\$ 506.601	\$ 560.248	\$ 621.231
IMPUESTO DE RENTA	\$ 123.392	\$ 136.579	\$ 151.128	\$ 167.178	\$ 184.882	\$ 205.006
UTILIDAD RESTRIBUIBLE	\$ 250.523	\$ 277.297	\$ 306.836	\$ 339.423	\$ 375.366	\$ 416.225
RENTABILIDAD	48%	49%	49%	49%	50%	50%

Fuente: Elaboración propia.

En el anterior análisis, se tuvo en cuenta todos aquellos factores que pueden afectar la economía, a su vez, se estipula los diferentes crecimientos del mercado actual para poder realizar este proyecto, además, se estipulo estos valores con diferentes indicadores económicos que ayudan a realizar estimaciones de estos valores, estos indicadores son:

- Crecimiento del mercado
- Crecimiento de exportaciones del país
- Ayuda por parte del gobierno para el progreso de las pymes
- La estabilidad del mercado estadounidense

Por lo que es importante entender que estos valores pueden variar si ocurre algún evento que no se contemple o que pueda afectar tanto la economía de Colombia como la economía mundial, además, se tuvo en cuenta unas tasas de intereses de los acreedores que fueron consultados para ser más precisos con los números que se dan en esta tabla, también ayuda el hecho que de acuerdo con el TLC, estos productos se desgravaron, por lo que el arancel es del 0%, esto es importante ya que las barreras arancelarias se redujeron y permite que el proyecto se pueda llegar a cabo sin tantas complicaciones en cuanto al tema de impuestos y aranceles,

además la demanda de estos artículos por parte de los estadounidenses, ha ido creciendo con el pasar de los años, y se estima que este crecimiento siga su curso debido a que la moda de hoy en día ha permitido que estos artículos sean más comunes para el uso cotidiano.

Para finalizar, la rentabilidad del proyecto es buena, y genera una viabilidad interesante para poder realizar el proyecto, ya que como vemos en la tabla 6, el crecimiento tanto de la rentabilidad como de las utilidades, hacen que los inversionistas de este proyecto vean una oportunidad para poder invertir en el proyecto y que en el término de 6 años, puedan tener una rentabilidad del 50%, esto es debido a que al ingresar en un mercado como el de estados unidos, genera estabilidad en los negocios y permite que se pueda realizar este tipo de proyectos en este país, este crecimiento también implicara en que estos artículos deportivos puedan ir mejorando con el paso del tiempo y poder acomodarse a las necesidades del mercado creciente, para así poder generar más ideas para posibles nuevos productos deportivos.

7. Conclusiones

- Se comprendió que las normas técnicas son una exigencia de Estados Unidos, para asegurarse de que los productos que tanto se fabriquen como se importen en este país cumplan con los estándares establecidos, ya que se evidencio que el cumplimiento de estas normas son de carácter obligatorio y que en caso contrario de no cumplirás, acarrea desde el no permiso de la entrada de la mercancía al país hasta sanciones económicas o prohibitivas hacia la empresa y/o el país de donde provenga la mercancía, haciendo un énfasis en demostrar con pruebas técnicas, el cumplimiento de estas normas, algunas de estas normas son las de etiquetado o también las normas de veracidad de la información del producto.

Adicionalmente, estas normas exigen que deben demostrar que el producto (que en este caso es ropa deportiva) cumpla con los estándares establecidos, por lo que la entidad o persona que importe estos artículos, debe aportar pruebas técnicas o científicas por instituciones certificadas para realizar este tipo de pruebas, dentro de estos requerimientos podemos destacar la flamabilidad de la prenda, en donde las mismas autoridades recomienda como se debe hacer dicha prueba. Las normas técnicas también permiten la verificación de la calidad de la prenda, ya que el hecho de ser tan exigentes, hacen que el fabricante deba tener estándares de calidad altos para el cumplimiento de las normas, además de tener en cuenta cada una de las normas vigentes, para no cometer errores a la hora de demostrar el cumplimiento de estas o de incurrir en errores involuntarios por la omisión de conocimiento de las normas, por todo lo anterior se da por cumplido el primer objetivo planteado.

- Se determinó que las normas de origen son un importantes para poder detectar si en el caso de los productos textiles, estos sean originarios del país que dicen provenir; debido a que esto se puede convertir en un método de fraude, ya que las normas de origen tienen como objetivo identificar aquellos productos que provenga de país con los cuales se tiene un tratado comercial (en este caso, Colombia con Estados Unidos tienen un TLC vigente en donde el arancel para este tipo de productos es de 0%) y muchos países involucran a terceros a través de los materiales utilizados para la creación de los productos, por lo que estos países también se benefician de los acuerdos sin tener algún tipo de tratado con Estados Unidos, es por esto, que es importante entender que la mercancía que se lleva al país, sea 100% colombiana o que si en caso tal de que tenga materiales provenientes de otros países, asegurarse que se realizara la transformación de este material para su posterior utilización en la manufactura de los productos.

También se pudo entender, que las normas antidumping son de suma importancia en este país, ya que con la llegada de productos textiles provenientes de China, han causado un gran daño en la industria textil estadounidense, por lo que el gobierno en particular ha tomado medidas fuertes para sancionar estos productos, ya que al llegar con precios tan bajos comparados con los productos estadounidenses, los estadounidenses preferían el producto chino, por lo que el gobierno estableció políticas antidumping fuertes para este tipo de productos, por lo que es importante aclarar que el precio al cual se va a llegar al mercado estadounidense, no cause efectos adversos a la industria nacional, ya que esto es muy penalizado por las autoridades en este país, además de que los miembros de los gremios de las industrias textiles deben demostrar que realmente se está ocasionando daños a la industria nacional, es importante asegurarse de que el impacto del producto no sea perjudicial para la industria nacional y se de en un contexto competitivo, por ende, se cumplió el segundo objetivo planteado.

- Es importante realizar una proyección financiera para saber si el proyecto puede ser rentable a lo largo de los años y si en verdad se puede implementar este proyecto en el extranjero, además, se tienen factores tales como el crecimiento del mercado al cual se le está apuntando, además de determinar aquellos costos que influyen a la hora de realizar la proyección financiera, todo esto con el fin de determinar si el proyecto es viable o no, ya que este tipo de inversiones se corre un riesgo al tratarse de invertir en otro país, por lo que es importante determinar su viabilidad.

Para este caso, el proyecto es viable ya que posee unas rentabilidades al cabo de 6 años, e incluso se podría aumentar si se amplía el catálogo de los productos que se están exportando hacia estados Unidos, esto es importante ya que este país tiene una de las economías más sólidas del mundo, por lo que sus mercados son muy estables y siempre en constante crecimiento, en el caso de la ropa deportiva, la creciente demanda hace que se haya encontrado una necesidad de mercado y se pueda implementar este proyecto para satisfacer esta necesidad, por lo que en un futuro este proyecto se puede plantear y se puede poner en marcha, sin temor a que el inversionista sienta que es una mala inversión, ya que el proyecto está pensado para que sea tenido en cuenta para que Colombia pueda tomar una línea del mercado, ya que es un país fuerte en el tema de manufactura de textiles, por lo que incurrir en el sector deportivo, por lo que el tercer objetivo se cumple.

8. Recomendaciones

Para investigaciones futuras sobre este plan de exportaciones, se puede desarrollar un plan de negocios, en donde se puede realizar un estudio de mercado tanto del sector como del país, esto con el fin de la creación de una empresa que esté interesada en implementar esta línea de negocio dentro de su portafolio, también se puede complementar este trabajo de cómo se afectaría los números que se dan en este debido a la pandemia del coronavirus, ya que la pandemia ha alterado la economía mundial y sería importante determinar cómo afecta esta variable al plan de exportación que se planteó anteriormente.

9. BIBLIOGRAFIA

ARIAS, Diana Clemencia Ríos; MARTÍNEZ, Diana y CARVAJAL, Marcela. Retos y oportunidades competitivas para el sector textil-confección desde la perspectiva del Tratado de Libre Comercio (TLC) Colombia-Estados Unidos. *Sinapsis*. 2016, vol. 8, nro. 1. pp. 61-81

CAMPOS TAVERA, Andrés Gerardo. El sector textil en Colombia: ¿ cómo ser más competitivos? 2014,

CELY, Ana María Pineda. Tratamiento de las políticas antidumping en el marco de la OMC y los Tratados de Libre Comercio firmados y ratificados por Colombia con Canadá, República de Corea y Estados Unidos de América. *Revista e-mercatoria*. 2016, vol. 15, nro. 1. pp. 49-102

CUBAS, Beatriz. Manual práctico para el sector textil - confecciones. 1st ed. Colombia: Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, 2013. 10-34 p.

DIAN. Nomenclatura arancelaria. [En línea]. [Consultado: 2020]. Disponible en: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces#>

ECONOMIPEDIA. Diccionario económico. [En línea]. [Consultado: 15-07-2020]. Disponible en: <https://economipedia.com/>

ETRADERS. Tarifas. [En línea]. [Consultado: 20-06-2020]. Disponible en: <http://www.etraders.cl/tarifas>

FEDEX. Envío de cargas. [En línea]. [Consultado: 20-06-2020]. Disponible en: <https://www.fedex.com/es-co/home.html>

GALARRAGA EZPONDA, Auxkin y ALDAZ ARREGUI, Juan. El deporte en la economía creativa: vínculos entre el desempeño industrial y la (re) producción cultural. 2017,

Gobierno Federal. no. 159 Code of Federal Regulations. 2004.

GONZÁLEZ, Paula Andrea Espinel; SOTO, Diana Marcela Aparicio y MORA, Angela Julieta. Sector textil colombiano y su influencia en la economía del país. *Punto de vista*. 2018, vol. 9, nro. 13.

ICEX. Artículos deportivos en Estados Unidos. España: 2018.

Inexmoda. INFORME DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES. 2019.

INTERTEX. Informe estudio de moda USA . 2018.

JVC. INCOTERMS 2020. 2019. pp. 16.

LEAHY, Jade Laura. El impacto del deporte en la economía de los países. Estudio comparativo entre Estados Unidos, China, Reino Unido, Sudáfrica y España. 2018,

MONFERRER TIRADO, Diego. Fundamentos de marketing. Barcelona: Universitat Jaume I, 2013.

MOREIRAS, José Luis Káiser y JIMÉNEZ, Ángeles Bosch. La política comercial de Estados Unidos con el resto del mundo.: Los instrumentos de defensa comercial de EE UU en la era del presidente Trump. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*. 2019, nro. 3110. pp. 27-44

Oficina económica y comercial de España. Requisitos para la importación de productos textiles. Etiquetado y normas de seguridad. PENNSYLVANIA: 2019. pp. 3-17.

PARDO, Jorge. Los Símbolos ISO Para Embalajes. [En línea]. [Consultado: 21-06-2020]. Disponible en: <https://blog.cajaeco.com/los-simbolos-iso-para-embalajes/>

ProColombia. Manual de empaque y embalaje para exportación. 2016.

ProColombia. GUÍA PRÁCTICA PARA CONOCER LAS NORMAS DE ETIQUETADO PARA SISTEMA MODA. Colombia: 2018. pp. 3-6.

SOTO PINEDA, Jesús. La Protección Al Consumidor Como Finalidad Primordial De La Defensa De La Competencia: La Experiencia De Estados Unidos, La Unión Europea Y Colombia (Consumer Protection as the Primary Purpose of Defense of Competition: The United States, European Union and Colombian Experience). *Díkaion*. 2014, pp. 23-22

WORDREFERENCE. Diccionario. [En línea]. [Consultado: 15-07-2020]. Disponible en: <https://www.wordreference.com/>

YEPES, Cristian A. El Tratado de Libre Comercio Colombia-Estados Unidos: análisis crítico del discurso (ACD). *Suma de Negocios*. 2014, vol. 5, nro. 10. pp. 12-21