

Plan de exportación de uniformes escolares de la empresa Caracolitos hacia México

María Fernanda Barrera Torres

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2018

Plan de exportación de uniformes escolares de la empresa Caracolitos hacia México

María Fernanda Barrera Torres

Asesor

Andrés Alfonso Rocha

Trabajo de grado para optar por el título de Negociador Internacional

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2018

Agradecimientos

Quiero agradecer en primera estancia a Dios por su bendición por permitirme desarrollar este proyecto en mi vida, donde encontré muchos obstáculos y dificultades, pero mi Fe y confianza en él, me ayudaron a encontrar fuerza y esperanza para concluir este objetivo tan importante en mi vida.

Agradezco a mi universidad, a los docentes, directivos, compañeros y todas aquellas personas que contribuyeron con sus aportes para orientarme y brindarme la oportunidad de aprender tantas cosas que me permitieron ir ampliando los conocimientos necesarios para lograr mis metas.

Quiero agradecer de manera especial a la empresa Caracolitos SAS, que me acogió dándome la oportunidad de proyectar los conocimientos adquiridos en mi universidad, especialmente al señor Jaime Ronderos Dumit, Gerente General, que se ha convertido en un maestro más en mi vida, del cual he aprendido mucho y agradezco su apoyo brindado.

Agradezco a mis padres y toda mi familia por su acompañamiento en este proceso, ya que ellos me permitieron con su confianza depositada en mí, motivarme y darme la iniciativa para avanzar paso a paso en este sueño de lograr ser una gran profesional.

Resumen

El sector textil colombiano se destaca por ser uno de los sectores más dinámicos en tiempos de liberalización del mercado mundial, con la venta de prendas de vestir en el mercado local y de las exportaciones que realiza Colombia a otros países, principalmente en América latina. Sin embargo, muchas empresas del sector luchan por contrarrestar los efectos negativos que supone el ingreso de contrabando de textiles, a través de la generación de prendas con una mejor calidad, duración y comodidad. Características diferenciadoras que poseen los uniformes escolares de la empresa Caracolitos, constituyéndola como empresa líder en el mercado de uniformes en la ciudad de Bogotá. De este modo, el presente trabajo de práctica tiene como objetivo realizar un plan para la exportación de uniformes escolares a México, con la finalidad de definir las estrategias para mitigar los riesgos que supone la internacionalización. Con la elaboración de este plan, se plantea orientar y dar las herramientas necesarias para la ejecución exitosa de exportaciones hacia este país, desde un punto de vista logístico y comercial. Por otro lado, el análisis de mercados internacionales involucro aspectos demográficos, económicos, políticos y culturales, para un estudio integrado de la factibilidad de exportación de uniformes escolares en el país de destino.

Palabras Claves: Plan exportador, Caracolitos SAS, uniformes escolares, comercialización, análisis, mercados.

Abstract

The Colombian textile sector emphasized for being one of the most dynamic sectors in liberalization times of the world market, with the clothing sales in the local market and the exports that Colombia makes to other countries, mainly in Latin America. However, many companies in the sector struggle to counteract the negative effects of entry contraband textiles, through the generation of garments with better quality, durability and comfort. Differentiating characteristics of the Caracolito's school uniforms, constituting it as a leading company in the uniforms market in Bogotá. In this way, the present internship project has as objective to realize an export plan of school uniforms to Mexico, with the purpose of defining the strategies to mitigate the risks that the internationalization supposes. With the elaboration of this plan, it has proposed to orient and give the necessary tools for the successful execution of exports to this country, from a logistic and commercial point of view. On the other hand, the analysis of the international markets involves the demographic, economic, political and cultural aspects, for an integrated study of the feasibility to export school uniforms in the destination country.

Keywords: Export plan, Caracolitos SAS, School uniforms, commercialization, analysis, markets.

Tabla de contenido

1. Introducción	14
2. Planteamiento del problema	15
2.1 Formulación del problema.....	15
3. Objetivos	16
3.1 Objetivo general.....	16
5. Metodología de la investigación	18
5.1 Tipos de investigación.....	18
6. Marco teórico	20
6.1 Plan Exportador	20
6.2 Matriz de Holmes o Priorización	20
7. Estado de arte	21
8. Capítulo 1. Exportaciones de textiles en Colombia	22
8.1 Principales destinos de exportación de textiles y confecciones de punto y no punto.....	22
9. Capítulo 2. Exportaciones y características generales de la empresa Caracolitos	25
9.1 Características Generales de la empresa.....	26
9.1.1 Nombre de la empresa.	26
9.1.2 Información general de la empresa.....	26
9.1.3 Actividad Económica.....	26
9.1.4 Misión.....	26
9.1.5 Visión.....	27
9.1.6 Valor agregado de la empresa Caracolitos.....	27
9.1.7 Número de empleados.	28
9.1.8 Ubicación de la fábrica.	28
9.1.9 Ubicación de los puntos de venta.	28
9.1.10 Canales de distribución directos.	28
9.1.11 Canales de distribución Indirecta.	29
10. Capítulo 3. Preseleccionar los mercados mediante la evaluación de los acuerdos comerciales de países geográficamente cercanos a Colombia y la densidad poblacional en países de América Latina y Estados Unidos	30
10.1 Acuerdos Comerciales firmados por Colombia con países de América Latina y Estados Unidos .	30
10.1.1 Acuerdo de Integración subregional Andino -Comunidad Andina (CAN).....	30
10.1 .2 Tratado de libre comercio con La Alianza del pacífico.	31

10.1.3 Tratado de libre comercio con El Triángulo del Norte.	31
10.1.4 Acuerdo de libre entre Colombia y Chile.	31
10.1.5 Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Costa Rica.	31
10.1.6 Tratado de Libre Comercio entre Colombia y México.	32
10.1.7 Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Estados Unidos de América.	32
10.1.8 Mercosur (ACE 72 Y 59).....	32
10.2 Densidad GeoFigura y Tamaño de la población.	32
11. Capítulo 4. Seleccionar el mercado objetivo a través de la metodología de Matriz de ponderación de Holmes con el análisis de variables a nivel demográfico, económico, de comercio exterior y educación en Estados Unidos, Chile, Ecuador, México, Perú, Bolivia, Guatemala, Ecuador y Argentina	34
11.1 Análisis de Factores Demográficos.....	34
11.1.1 Variables Demográficas.....	34
11.1.2 Población Rural.	36
11.1.3 Población Rural vs Tasa de Matricula educación primaria.....	37
11.2 Análisis de Factores Macroeconómicos	39
11.2.1 Salario Mínimo.....	39
11.2.2 PIB Per cápita.....	42
11.2.3 Tasa de Inflación.	43
11.3 Análisis Factores Comercio Exterior.....	45
11.3.1 Barreras Arancelarias.....	45
11.3.2 Doing Business.....	47
11.4 Análisis Factores de Educación	50
11.4.1 Uso de uniformes escolares.....	50
12. Seleccionar el mercado objetivo a través de la metodología de Matriz de ponderación de Holmes con el análisis de variables a nivel demográfico, económico, de comercio exterior y educación en Estados Unidos, Chile, Ecuador, México, Perú, Bolivia, Guatemala, Ecuador y Argentina	53
12.1 Fases	53
12.1.1 Fase Uno.	53
12.1.2 Fase Dos.	53
12.1.3 Fase tres.	55
13. Elaborar un plan de exportación con el objetivo de identificar las rutas y los métodos adecuados para la comercialización de uniformes escolares.	56
13.1 Características generales de México	56

13.2 Coyuntura económica.....	57
13.3 Balanza Comercial entre México y Colombia	57
13.4 Cultura de Negocios en México.....	58
13.4.1 Normas de cortesía.	58
13.4.2 Perfil del consumidor mexicano.	58
13.5 Análisis ciudad objetivo.	58
13.5.1 Sistema Educativo ciudad objetivo.....	60
13.5.2 Secretaria de educación Pública.	60
13.5.3 Calendario escolar según la Secretaria de educación Pública.	60
13.5.4 Temporada compra de uniformes.	61
13.5.5 Uniformes Escolares.	61
13.6 Competidores	61
13.6.1 Manufacturas México.	61
13.6.2 2Imagen Uniformes.	62
13.6.3 Pesa Uniformes.....	62
13.7 Precios Caracolitos.....	62
13.7.1 Precio Caracolitos vs Competencia.	62
13.8 Rutas Marítimas y aéreas.....	63
13.9 Matriz de costos	64
13.9.1 Valor ExWorks (EXW) de la mercancía y transporte nacional.....	64
13.9.2 Costo transporte Internacional.....	66
13.10 Canales de distribución de uniformes escolares.....	67
13.11 Pasos para exportar.....	70
13.11.1 Pasos Preliminares.	70
13.11.2 Costeo y Cotización.....	70
13.11.3 Contrato.....	70
13.11.4 Pedido y Producción.	70
13.11.5 Lista de empaque y Factura comercial.....	70
13.11.6 Contratación del transporte.	71
13.11.7 Declaración Jurada y Certificado de Origen.	71
13.11.8 Solicitud de Embarque.....	71
13.11.9 Planilla de envío.	71

13.11.10 Desaduanamiento.....	71
13.11.11 Autorización de embarque.	71
13.11.12 Generación de la Declaración de exportación.	71
13.11.13 Reintegro de divisas.....	71
13.11.14 Recuperación del Impuesto Valor Agregado.....	71
13.12 Documentos requeridos para la exportación.....	72
13.12. 1 Declaración de Exportación.	72
13.12.2 Factura comercial.	72
13.12.3 Confirmación de seguro.....	72
13.12.4 Lista de empaque.	72
13.12.5 Factura de proforma.....	73
13.12.6 Transporte Marítimo.	73
13.12.7 Transporte Aéreo.	74
13.13 Definición del Incoterm para la exportación.....	74
13.13.1 Simulador Procolombia.....	74
13.14 Requisitos para la importación de textiles en México.....	75
13.14.1 Organismos de control.	75
13.14.2 Requisitos para la exportación de textiles a México.....	75
13.14.3 Embalaje y Etiquetado.	75
14. Conclusiones	77
15. Referencias	78

Lista de Tablas

Tabla 1. Productos de exportación	25
Tabla 2. Productos y Servicios	27
Tabla 3. Calendario A y B	29
Tabla 4. Acuerdos comerciales de Colombia con países de América Latina y Estados Unidos ...	30
Tabla 5. Población y superficie terrestre de Estados Unidos, Brasil, México, Argentina, Perú, Chile, Guatemala, Ecuador, Bolivia, Honduras, Paraguay, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica., Panamá, Puerto Rico y Uruguay	33
Tabla 6. Variables demográficas de Estados Unidos, Ecuador, Perú, México, Bolivia, Argentina, Guatemala, Chile y Brasil	34
Tabla 7. Aranceles e Impuestos de entrada de Mercancías en Estados Unidos, Ecuador, Perú, México, Bolivia, Argentina, Guatemala, Chile y Brasil	45
Tabla 8. Doing Business.....	47
Tabla 9. Tamaño del mercado de Uniformes escolares en Estados Unidos, Ecuador, Perú, México, Bolivia, Argentina, Guatemala, Chile y Brasil,.....	52
Tabla 10. Asignación de códigos a partir de los factores demográficos, económicos, de comercio exterior y educación	53
Tabla 11. Matriz de priorización de los factores demográficos, económicos de comercio exterior y educación	54
Tabla 12. Calificación y puntaje de los factores A1, A2, B1, B2, B3, C1, C2,C3, D1, y D2, de acuerdo con el análisis demográfico, económico de comercio exterior y educación,	55
Tabla 13. Datos Generales	56
Tabla 14. Estados de México	57
Tabla 15. Ingreso promedio trimestral por hogar en dólares de Nuevo León, Ciudad de México, Sonora, Baja California y Guanajuato	59
Tabla 16. PIB per Cápita en dólares de Campeche, Ciudad de México, Nuevo León, Coahuila .	59
Tabla 17. Estados con más escuelas y estudiantes en el Estado de México, Ciudad de México, Jalisco, Veracruz y Puebla	59
Tabla 18. Precios de la empresa Caracolitos y Pesa Uniformes	63
Tabla 19. Matriz de costos nacionales para las exportaciones de camisas polo hacia México	65
Tabla 20. Matriz de costos internacionales para las exportaciones de camisas polo hacia México	67

Tabla 21. Los canales de distribución para la exportación de uniformes escolares	68
Tabla 22. Ficha detallada de Coppel SA de CV	69
Tabla 23. Ficha detallada de Comercializadora México Americana S de RL de CV	69
Tabla 24. Incoterms para transporte Terrestre y Aéreo	74
Tabla 25. Incoterms para transporte Marítimo.....	74

Lista de Figuras

Figura 1. Países Importadores más importantes desde Colombia en 2016 (millones USD). Portal Trade Santander (2016).....	23
Figura 2. Exportaciones Colombianas del capítulo 61 hacia los principales países importadores. Portal Santander Trade (2016).	23
Figura 3. Exportaciones Colombianas del capítulo 62 hacia los principales países importadores. Portal Santander Trade (2016).	24
Figura 4 Población Rural de Estados Unidos, Brasil, México, Argentina, Perú, Chile, Guatemala, Ecuador, Bolivia. Banco mundial (2017).....	37
Figura 5. Tasa de matriculación primaria en Argentina, México, Perú, Estados Unidos, Brasil, Chile, Ecuador, Bolivia y Guatemala. Banco Mundial (2017).	38
Figura 6. Crecimiento anual del salario en América latina, caribe y del Norte (2006-2015).	40
Figura 7. Salario Mínimo en Estados Unidos, Argentina, Chile, Ecuador, Guatemala, Brasil, Bolivia, Perú y México. (2017).	41
Figura 8. PIB Percápita de la Paridad del Poder Adquisitivo de Estados Unidos, Chile, Argentina, Brasil, México, Guatemala, Perú, Colombia, Ecuador y Peru. Cepalstat (2017).	42
Figura 9. Tasa de Inflación de Estados Unidos, Chile, Argentina, Brasil, México, Guatemala, Perú, Ecuador y Peru. Banco Mundial (2017).	43
Figura 10. Exportaciones de Colombia a Estados Unidos, Perú, Bolivia, Ecuador, Chile, Brasil, México, Guatemala y Argentina. International Trade Center. Trade Map (2017).	49
Figura 11. Uso de uniformes escolares en colegio públicos y privados. Propia (2018)	50
Figura 12. Comercio bilateral entre Colombia y México, Exportaciones e Importaciones. Ministerio de Turismo, industria y Comercio (2017.)	58

Lista de Imágenes

Imagen 1. Canal de distribución directa.....	28
Imagen 2. Sistema Escolar en México	28
Imagen 3. Uniformes Escolares en México.	28
Imagen 4. Camisa Polo Unisex Caracolitos	62
Imagen 5. Falda Talla S Caracolitos.	63
Imagen 6. Ruta Marítima y Aérea, Puerto de Cartagena a Altamira.	64
Imagen 7. Factura Proforma Caracolitos.....	73
Imagen 2. Etiqueta textiles Ensueño	76

1. Introducción

Hoy por hoy, muchas empresas están tomando la decisión de internacionalizarse en vista de la paulatina apertura de fronteras, la facilidad de las comunicaciones y el aprovechamiento de las ventajas de los mercados internacionales, con el fin de garantizar la existencia de la empresa a largo plazo. Por lo cual, el presente documento de investigación tiene como objetivo proponer un plan de exportación de uniformes escolares de la empresa Caracolitos SAS hacia el país de México.

Inicialmente se elaboró un análisis del comportamiento en las exportaciones del sector textil y se realizó una observación de las operaciones comerciales que ha iniciado la empresa recientemente en otros países. Para la definición de un marco orientado en la búsqueda de oportunidades, se examinaron las generalidades de la empresa para determinar los factores de producción dirigidos a la satisfacción de necesidades en un mercado.

El plan surgió de la necesidad del aprovechamiento del potencial comercial de la empresa, puesto que recientemente algunos distribuidores y colegios de otros países han solicitado la personalización de uniformes escolares. Por tal motivo, se consideró la opción de incursionar hacia un nuevo mercado, a través de la búsqueda de oportunidades de negocio, fijando estrategias competitivas y la adopción de un nuevo enfoque comercial.

La realización de un plan de exportación facilita la preparación de la empresa para contrarrestar los riesgos que presenta un nuevo mercado. Por lo cual, preliminarmente se realizó un estudio de análisis de mercados de países de América Latina y Estados Unidos, dejando a un solo país como público objetivo. México abarca un gran número de estudiantes y un uso tradicional de uniformes escolares en instituciones educativas públicas y privadas, siendo este país el escenario internacional más atractivo para la exportación de uniformes escolares. Con el desarrollo del plan y la exploración del mercado mexicano, se desea mejorar la gestión de los recursos aumentando las ventas y así mismo el portafolio de colegios.

2. Planteamiento del problema

La empresa de uniformes escolares Caracolitos desarrolla su actividad económica en la ciudad de Bogotá, favoreciendo a colegios privados como: El Gimnasio Vermont, Nueva Granada, Los Nogales, La Colina, Gimnasio La Montaña, Italiano Leonardo Da Vinci, Anglo Americano y Reyes Católicos, de igual manera en oficiales, como el Colegio Nicolas Esguerra. Caracolitos presenta una ventaja competitiva en la personalización de uniformes de acuerdo a las necesidades de niños y jóvenes, esta situación contempla el aprovechamiento de las oportunidades comerciales que ofrece el mercado mexicano fortaleciendo el crecimiento empresarial.

La empresa ha generado diversas estrategias con el fin de incrementar sus ventas anuales con la exploración de mercados a nivel nacional, pero en diversas ciudades de Colombia los uniformes utilizados por estudiantes en colegios públicos y privados, de acuerdo con estudios de mercado realizados por la empresa, se tratan de prendas básicas a precios muy económicos, lo cual implicaría una desventaja comercial para Caracolitos. Por tal motivo, El incursionar a nuevos países puede dar lugar a oportunidades comerciales, con la exploración de nuevos mercados y planificación de estrategias de posicionamiento a largo plazo, de igual manera, el proceso de expansión internacional implicaría tener una ventaja competitiva ante otras empresas nacionales que aún no ha fortalecido sus técnicas comerciales y canales de distribución física internacional.

2.1 Formulación del problema

¿Cómo desarrollar un plan de exportación hacia México para la empresa Caracolitos en su línea de uniformes escolares?

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Diseñar un plan de exportación hacia México para la empresa Caracolitos en su línea de uniformes escolares.

3.2 Objetivos específicos

1. Describir el panorama actual del sector textil en las exportaciones de Colombia hacia otros países.
2. Especificar las exportaciones y características generales de la empresa Caracolitos.
3. Preseleccionar los mercados mediante la evaluación de los acuerdos comerciales de países geográficamente cercanos a Colombia y la densidad poblacional en países de América Latina y Estados Unidos.
4. Seleccionar el mercado objetivo a través de la metodología de Matriz de ponderación de Holmes con el análisis de variables a nivel demográfico, económico, de comercio exterior y educación en Estados Unidos, Chile, Ecuador, México, Perú, Bolivia, Guatemala, Ecuador y Argentina.
5. Elaborar un plan de exportación con el objetivo de identificar las rutas y los métodos adecuados para la comercialización de uniformes escolares.

4. Justificación

Este proyecto de práctica profesional favorecerá a la empresa Caracolitos en el proceso de expansión internacional a través de la creación de un plan de exportación de uniformes escolares para el aprovechamiento de las oportunidades que ofrece el mercado exterior, incrementando la producción y las ventas para así generar una mayor rentabilidad y posicionamiento de marca de la empresa en el mercado nacional e internacional.

Con la definición de las estrategias logísticas y comerciales, se identifican los planes y acciones para determinar la viabilidad, analizando diversos factores que influyen en la toma de decisiones asociadas a la internacionalización. Cabe destacar que la gestión comercial hacia un nuevo mercado, implica la previa realización de un análisis del entorno del mercado interno, la competencia y los proveedores en la distribución de uniformes escolares, fijando cuales son las oportunidades y amenazas que permitan evaluar los resultados en la aplicación de un modelo de negocio, teniendo un marco de referencia para implantar las estrategias.

Para poder conquistar aquellos nichos de mercado en donde la diferenciación más que el precio es el factor fundamental, este sector debe aprender a agregarle mucho valor a la producción y concentrarse en el conocimiento que a hoy se posee en el mundo de la moda.

5. Metodología de la investigación

5.1 Tipos de investigación

La metodología que se utilizó para este proyecto de práctica es de tipo descriptiva, esta es aquella que busca definir claramente un mercado. Con esta metodología se pueden observar fácilmente los resultados, señalando las diferencias, similitudes y tendencias en la realización de estudios a nivel económico, demográfico, social y político.

Durante el desarrollo de la investigación, se realizaron reuniones con el gerente general y comercial de la empresa Caracolitos, analizando los datos cuantitativos y cualitativos de cada país, determinando las pautas en la viabilidad en la exportación de uniformes escolares. En el análisis cuantitativo se identificaron aspectos en cifras y gráficas estadísticas, formulando criterios mediante un razonamiento deductivo para posteriormente realizar el análisis cualitativo en la interpretación de la información concerniente en la búsqueda del mercado objetivo. De igual manera, con el análisis cualitativo se detallaron los factores que conllevan al resultado de dichas cifras económicas, datos demográficos e información de los hábitos de consumo identificando la viabilidad de los mercados en la exportación de uniformes escolares.

En la aplicación de esta metodología se desarrolló la preselección de mercados explorando los acuerdos comerciales que celebra actualmente Colombia con países de América Latina, los países con situaciones sociales y económicas adversas no se tuvieron en cuenta para este estudio como es el caso de Venezuela. En vista de que hoy por hoy Estados Unidos es uno de los socios comerciales más importantes en las exportaciones colombianas de textiles, se eligió a este país como uno de los países candidatos para este estudio.

A partir del anterior análisis, se eligieron los criterios para la selección del mercado objetivo por medio de la metodología de la matriz de ponderación de Holmes.

A continuación, se describe el procedimiento en la realización de esta matriz:

Primeramente, se identifican los factores más sobresalientes en la toma de decisiones para la elección del mercado objetivo, a través del análisis de las variables demográficas, económicas, de comercio exterior y educativas, obtenidas a través de la recopilación de estadísticos de diferentes organizaciones a nivel internacional como lo son el Banco mundial, Bases de datos y publicaciones estadísticas de La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepalstat), La Organización de las Naciones Unidas (ONU), La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, La Ciencia y La Cultura (Unesco) y El Observatorio de Complejidad Económica (OEC). En cuanto a organismos nacionales está el Ministerio de comercio, industria y turismo, el Departamento Administrativo Nacional de estadísticas y Procolombia, de igual

manera, se agrupo información de plataformas electrónicas de comercio exterior como Legiscomex, Sicex, Portal Trade Santander y Trade-Map.

A continuación, se establece una ponderación de estos factores en función de su importancia y se debe otorgar una puntuación y calificación para cada uno de estos criterios a partir de una jerarquía de datos, por último, se obtiene una calificación de acuerdo con el análisis de estos factores.

En la realización del plan de exportación, Procolombia ha ofrecido el acompañamiento a la empresa Caracolitos, a través de asesorías en espacios para aprender a exportar como Futuexpo 2018, en donde personas especializada en comercio exterior, marketing internacional y derecho tributario, dieron a conocer actividades y planes de acción requeridos para penetrar o consolidar un mercado en el exterior.

6. Marco teórico

A continuación, se define el marco teórico necesario para desarrollar el plan exportador.

6.1 Plan Exportador

De acuerdo con un artículo publicado por Connect Américas, red empresarial de Banco Interamericano de desarrollo sugiere la siguiente definición de un plan de exportación:

Un plan de exportación es una herramienta fundamental para que las pequeñas y medianas empresas de Latinoamérica y el Caribe se integren cada vez más y de mejor manera al mercado internacional. Muchas pequeñas y medianas empresas cuentan con la mayoría de la información anteriormente mencionada pero la desorganización y falta de experiencia puede llevar a que no prospere la expansión hacia el mercado internacional. (Connect Américas, 2014).

Para Procolombia, entidad encargada de promover las exportaciones en Colombia, un plan de exportación es:

Un documento que menciona toda la estrategia comercial a desarrollar en un mercado específico, y el conjunto de todas las acciones a efectuar para vender los productos y servicios en el exterior. Dentro del Plan Exportador, se incluye el Plan de Acción, que reúne todas las actividades de promoción requeridas para penetrar o consolidar sus mercados de exportación. Las empresas que participan del Plan Exportador son invitadas a ferias internacionales, show rooms, visitas a clientes potenciales y asesorías con expertos. (Procolombia, 2018).

6.2 Matriz de Holmes o Priorización

Según un artículo publicado por Escuela de Negocios en Madrid y Barcelona Business School (2017) exponen la siguiente definición de matriz de priorización:

“Es una tabla o Figura en la que una serie de criterios se relacionan y se confrontan entre sí. La idea es obtener información sobre el valor de dichos criterios para definir cuáles son las tareas que revisten mayor importancia y qué decisiones se pueden tomar al respecto”. (EAE Business School, 2017)

Esta es una herramienta que nos permite seleccionar las opciones más convenientes para el crecimiento empresarial, y de esta manera tomar decisiones pertinentes con los resultados de la ponderación.

7. Estado de arte.

Con el estudio de Inteligencia de Mercados para Identificar la Viabilidad de la Comercializadora Internacional Roser & Ruiz ingrese en el mercado de Cervezas Artesanales en Colombia, por Arango (2015). Arango cuenta que debido a la necesidad de expansión de la empresa y de ampliación de su portafolio de productos en el mercado, el gerente de la comercializadora solicitó la realización de una investigación de mercados, con el fin de consolidar a la empresa en el sector de cervezas artesanales en Colombia, de acuerdo con el análisis de los factores económicos, sociales y regulatorios. Con base a esta investigación de inteligencia de mercados se determinaron los criterios más adecuados para la selección del mercado objetivo para la empresa Caracolitos. De igual manera, Este trabajo de investigación permitió realizar un análisis de los competidores, descripción de los productos de la empresa e identificación de oportunidades en México. (pp. 9-22).

En la realización del Plan exportador para una Pyme Antioqueña Dento Line Ltda. Zapata (2017). Zapata expone como se promovió una iniciativa para la implementación de una estrategia regional exportadora, incentivando a la pyme en la región, con el fin de diversificar y exportar sus productos de higiene oral. El plan exportador es una fuente de apoyo durante dicho proceso, para Identificar las variables y componentes de una estrategia de internacionalización con base en las teorías vigentes que indicaran el camino más adecuado de incursión en el mercado exterior para Dento Line Ltda. En base a este plan exportador se analizaron las variables de preselección de mercados, determinando el potencial exportador de la empresa Caracolitos y la estructuración de una estrategia de internacionalización (pp. 7-17).

8. Capítulo 1. Exportaciones de textiles en Colombia

En Colombia, el sector textil y de confecciones ha sido una industria fundamental para la economía colombiana, con numerosas empresas que cuentan con gran capacidad de producción, innovación y diseño. La industria textil se ha desarrollado principalmente en ciudades como Bogotá, Cali y Medellín, en donde muchas empresas han elegido la reconversión tecnológica y la transformación de sus métodos ofreciendo productos diferenciados, debido a la presión del mercado nacional e internacional ante las dificultades en materia de competitividad que ha enfrentado recientemente este sector.

Una de las principales coyunturas en la recesión del sector textil colombiano, de acuerdo con Moreno (2016), se debe al incremento de importaciones de materias primas y productos terminados provenientes de países como China y Panamá, donde la caída de la demanda interna y el contrabando han sido los protagonistas (pp. 20). Una de las medidas tomadas por el gobierno colombiano con el fin de contrarrestar los efectos de las importaciones, fue aplicar “aranceles del 10% a textiles y un cargo de 5 dorales” Agencia EFE (2018). Situación que origina disconformidad para Panamá, por consiguiente, este país tomó la decisión de demandar a Colombia ante la Organización Mundial del Comercio (OMC), “la cual sentenció que Colombia sí ha cumplido con una resolución que le obligaba a retirar aranceles y obstáculos a las importaciones de textiles, prendas de vestir y calzado desde la Zona Libre de Colón, en Panamá” Agencia EFE (2018).

Por otro lado, El ministerio de Hacienda Y crédito Público ha dispuesto de medidas contra el fraude aduanero en las importaciones de textiles y calzado, dictaminadas en el Decreto Número 2218 (2017) que establece: “Los umbrales para fortalecer el sistema de gestión de riesgo y control aduanero son: para los capítulos 61 y 62 con un valor FOB de la mercancía de 5,8 y 10 USD por kilogramo”, sin importar el país de origen.

8.1 Principales destinos de exportación de textiles y confecciones de punto y no punto

Estados Unidos se consolida como el principal socio comercial de textiles y confecciones de nuestro país, según el presidente de Asociación Colombiana De Productores Textiles, (Ascoltex) Amaya, “hay una amplia penetración productos colombianos, tanto de textiles como de confecciones, a Estados Unidos, el mercado más competido del planeta”.

La industria textil en Colombia, en lo transcurrido del año 2016, realizó exportaciones de confecciones, teniendo como principales destinos: Estados Unidos, México y Perú, como se observa a continuación:

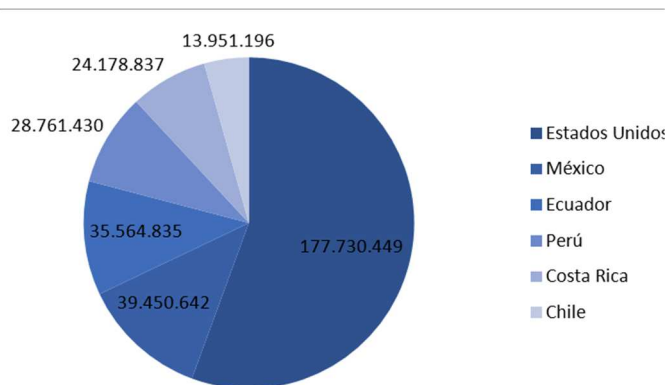


Figura 1. Países Importadores más importantes desde Colombia en 2016 (USD). Portal Trade Santander (2016).

Las sub-partidas arancelarias utilizadas para la clasificación arancelaria de las confecciones de uniformes escolares en la empresa Caracolitos, se encuentran en la Sección XI (Materias textiles y sus manufacturas): Capítulo 61 para prendas y complementos accesorios de vestir de punto como: Camisas de punto para hombres, mujeres, niños y niñas, suéteres, jerseys, pullovers, T-shirts y camisetas de punto.

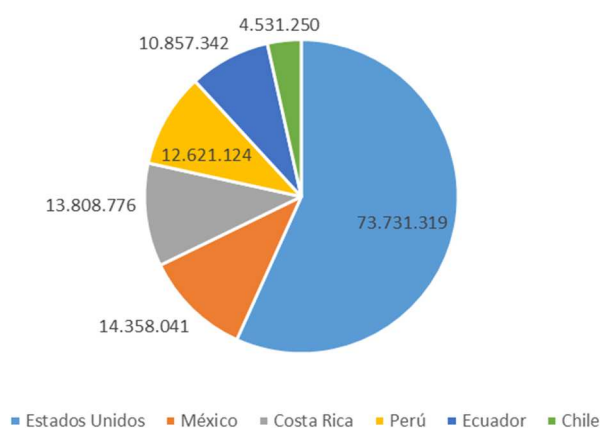


Figura 2. Exportaciones Colombianas del capítulo 61 hacia los principales países importadores. Portal Santander Trade (2016).

En el capítulo 62 para prendas y complementos de vestir, excepto los de punto encontramos confecciones como: Faldas, Jardineras, Buzos perchados, Pantalón de dril, y liso Camisa Oxford, Pantalones y pantalonetas de sudadera y chaquetas de frío.

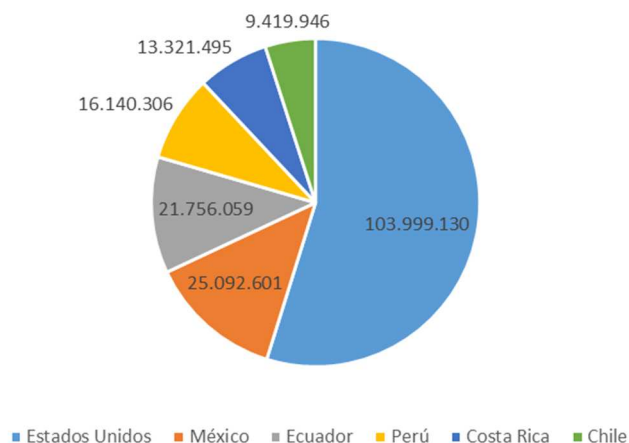


Figura 3. Exportaciones Colombianas hacia los principales países importadores. Portal Santander Trade (2016).

Realizando una comparación entre las ventas externas de confecciones del capítulo 61 y 62 para el año 2016, se observa en el capítulo 62 un mayor dinamismo en el flujo de dólares de las exportaciones a nivel general. Estados Unidos continúa siendo el principal importador, comportamiento que obedece a los beneficios arancelarios que ofrece el tratado de libre comercio entre estos dos países, generando estabilidad y reglas claras para este sector. México representa un importante mercado, en donde según Gómez (2016) “los empresarios mexicanos muestran gran interés en recibir prendas terminadas desde Colombia, principalmente aquellas con alto contenido de moda y que estén listas para colocarse en los anaqueles de las tiendas.”

Costa Rica no posee una industria importante en el sector textil, de tal manera que los productos colombianos han logrado posicionarse, considerando la devaluación del peso colombiano con respecto al colón costarricense como una ventaja competitiva de precios de las prendas.

Las exportaciones hacia países de la CAN, Ecuador compra a Colombia más confecciones de tejido de no punto con respecto al tejido de punto. En cuanto a Perú, su industria textil es reconocida por la elaboración de prendas de vestir de algodón, por lo cual, la mayoría de ventas que Colombia realiza a este país son de fibras sintéticas.

Chile a pesar de no ser el principal socio comercial de Colombia en el flujo de exportaciones anuales, la reducción de barreras arancelarias para ambos países establecidas en el tratado de libre comercio y la Alianza del Pacífico, ubican a este país como aliado clave para el sector textil colombiano.

9. Capítulo 2. Exportaciones y características generales de la empresa Caracolitos

La empresa cuenta con el Registro como exportador y la actualización del Registro Único Tributario (RUT), permitiendo realizar este tipo de actividades comerciales según lo impuesto por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). En lo recorrido del año 2018, se ha registrado varias actualizaciones en la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), con la integración de Agentes de Aduana y Agentes de carga internacional.

Las exportaciones se han realizado a islas como Bonaire, con la venta de uniformes dirigidas a una tienda de ropa llamada Alfa y Omega Laundry. El cliente se contactó directamente con la empresa a través de la página web de Caracolitos (www.caracolitos.com), siendo una de las páginas más posicionadas en Colombia con los resultados de uniformes escolares en motores de búsqueda como Google.

Las exportaciones a la isla Bahamas y la ciudad de Miami, se concertaron a través de intermediarios, para la venta de uniformes en colegios como ABC Day Care Center y Meridian Windsor School.

A continuación, se presentan los principales productos y destinos de exportación en la empresa Caracolitos. Las operaciones comerciales con destino a países como Bonaire, Bahamas y Estados Unidos se iniciaron a principios del año 2018.

Tabla 1.

Productos de exportación

Subpartida	Productos	Valor FOB (USD)
6109101100	T-shirts y camisetas interiores de punto, de los demás materiales textiles.	18579
6204530000	Faldas y faldas pantalón de fibras sintéticas para mujeres y niñas, excepto las de punto.	3475
6204390000	Chaquetas (sacos) de los demás materiales textiles, para mujeres y niñas excepto las de punto.	3048
6204430000	Vestidos de fibras sintéticas, para mujeres y niñas, excepto las de punto.	2404
6103490000	Pantalones largos, pantalones de peto, pantalones cortos y shorts de los demás textiles para hombres y niños,	2312
6104630000	Pantalones largos, pantalones de peto, pantalones cortos y shorts de los demás textiles para mujeres y niñas	1068

Nota: Fuente Legiscomex. Análisis de Mercados Internacionales (2018).

Los datos contenidos en la (tabla 1) fueron actualizados hasta el 31 de agosto de 2018, con información suministrada por el organismo de aduana nacional. De acuerdo con Legiscomex “El principal país de destino de las exportaciones es Bonaire, cuyo valor FOB fue de 12.026 USD, le sigue Bahamas con 10.583 USD y Estados Unidos con 8.278 USD, para un total de 30.888 USD” (2018).

El principal producto de exportación corresponde a la “sub-partida 6109100000 de T-shirts y camisetas de punto de los demás materiales textiles de la Sección: XI Materias textiles y sus manufacturas, para prendas y complementos (accesorios) de vestir de punto”. (Modelo único de ingreso, servicio y Control Automatizado. MUISCA, 2018).

De acuerdo con productos actuales de exportación en Caracolitos, según las estadísticas de comercio exterior de Legiscomex, en el panorama general de las exportaciones que realizan empresas colombianas a otros países, en el periodo del 1 de enero de 2017 al 31 de diciembre de 2017, se exportó un mayor número de prendas de “la subpartida 6104630000 Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos y shorts de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas”(Legiscomex, 2017) con destino a Estados Unidos.

9.1 Características Generales de la empresa

9.1.1 Nombre de la empresa.

Caracolitos SAS

9.1.2 Información general de la empresa.

De acuerdo con la información suministrada en la página Web de Caracolitos:

Caracolitos Uniformes es una compañía dedicada hace 30 años a la confección y venta de uniformes escolares de excelente calidad, con un servicio impecable en términos de cortesía y cumplimiento a un precio competitivo en el mercado, manteniendo un componente de investigación de mercados, innovación y diseño que nos haga ser la marca preferida. Desde 1985, Caracolitos Uniformes está dedicada al diseño, la confección y venta de uniformes escolares, destacándose por su servicio y calidad, gracias a la especialización en este tipo de uniformes. (2018).

9.1.3 Actividad Económica.

Fabricación, distribución y venta de uniformes escolares

9.1.4 Misión.

“Comunicar la mejor imagen a los clientes. En Caracolitos diseñan, producen y venden uniformes y accesorios, buscando brindar un alto grado de satisfacción a los clientes y

comprometiéndose con la niñez de escasos recursos y el cuidado del medio ambiente” (Página web Caracolitos, 2018).

9.1.5 Visión.

“En el año 2050 Caracolitos habrá tenido un crecimiento medio del 120% anual será reconocido como marca líder de uniformes escolares y de dotación, por sus propuestas de diseño, sus altos estándares y su cultura empresarial” (Página web Caracolitos, 2018).

9.1.6 Valor agregado de la empresa Caracolitos.

9.1.6.1 Confecciones.

Elaboradas con tejido naturales y de fibras sintéticas, con telas de tejido de punto y de no punto. Costuras perfectas y acabados reforzados con hilo, botones, cremalleras, y bordados con máquinas sistematizadas.

Prendas personalizadas proporcionando los mejores diseños, tallajes y confort en las prendas. Estas son elaboradas con telas Lafayette con procesos de hilado en función de garantizar durabilidad, longitud de la fibra y superan prueba de elasticidad, contraluz y test de arrugas.

9.1.6.2 Etiquetas con recomendaciones de lavado.

Existe una específica para cada prenda, para la mayoría de prendas recomiendan lavar a mano o maquina con ciclo suave, no usar blanqueadores a base de cloro, no retorcer las prendas ni frotarlas, no secar en máquinas y secar preferiblemente en la sombra.

Tabla 2.

Productos y servicios:

Productos que fabrica Caracolitos:			
Diario		Deportivo	
Niñas	Niños	Niñas	Niños
Camisa Oxford M/C y M/L	Camisa Oxford M/C y M/L	Chaqueta impermeable	Chaqueta impermeable
Jardinera	Pantalón de diario	Buzo Perchado	Buzo Perchado
Falda	Jean Clásico	Pantalón sudadera	Pantalón sudadera
Delantal	Chaqueta de frio	Pantaloneta sudadera	Pantaloneta sudadera
Blazer	Lacoste Blanca	Pantalón Jogger	Pantalón Jogger
Bicicletero	M/L o M/C	Camisa polo M/C	Camisa polo M/C O
	Chaleco	O M/L	M/L
		T-shirt	T-shirt

Leggins	
Terceros	
Niñas	Niños
Accesorios: Cuello Pescuezo, Acanalado, Impermeable, Parches, Morrales, Balacas, Moñas, Diademas, Bambas Zapatos de diario y deportivo Medias largas y cortas Marquillas Valetas	Accesorios: Cuello Pescuezo, Acanalado, Impermeable, Parches, Morrales, Corbatas y Corbatines Medias de diario y deportivas Zapatos de diario y deportivo Marquillas

Nota. Fuente. Propia (2018).

9.1.7 Número de empleados.

Actualmente la empresa cuenta con un aproximado de 100 empleados, divididos en el área operativa, administrativa y de ventas.

9.1.8 Ubicación de la fábrica.

La fábrica se encuentra localizada en la Calle 4b No34-33, en la ciudad de Bogotá D.C departamento de Cundinamarca.

9.1.9 Ubicación de los puntos de venta.

Centro Comercial Centro 93: Carrera 15 No.93-36 Local 109, Bogotá D.C.

Centro comercial San Rafael: Calle 134 No. 55-30 Local 201, 2º Piso, Bogotá D.C.

Centro Comercial Zona INN: Carrera 65 N° 12-29 Local 15, Bogotá D.C.

Chía: C.C Sabana Norte Local 1-23. Chía

9.1.10 Canales de distribución directos.

Ventas tienda virtual: compras en línea, envío al cliente de la prenda requerida



Imagen 1. Canal de distribución directa. Fuente propia (2018).

9.1.11 Canales de distribución Indirecta.

Ventas al por mayor a distribuidores a Nivel Nacional en ciudades como: Bogotá, Barranquilla, Villavicencio y Cartagena.

Tabla 3.

Colegios Calendario A y B

Colegios Calendario A	Colegios Calendario B
Colegio Anglo Americano	Colegio Andino
Colegio Bosques de Sherwood	Colegio Anglo Colombiano
Colegio Cambridge	Colegio Clermont
Colegio Claustro Moderno	Colegio Cumbres Bogotá
Colegio Colombo Americano	Colegio Italiano Leonardo Da Vinci
Colegio Integración Moderna	Colegio La Colina
Colegio La Inmaculada	Colegio Los Nogales
Colegio Los laureles	Colegio Los Portales
Colegio Real Escandinavo	Colegio Marymount
Colegio Retos	Colegio Newman
Colegio San Viator	Colegio Nueva Granada
Colegio Santo Tomas	Colegio Nuevo Victoria School
Gimnasio Campestre Cristiano	Colegio Reyes Católicos
Gimnasio La Salette	Colegio San Diego
Gimnasio Campestre Santa Sofia	Colegio San Mateo y Grimms Kindergarten
Gimnasio Santana del Norte	Colegio Tilatá
Hispano Americano Conde Ansúrez	Gimnasio Fontana
Liceo Navarro	Gimnasio Iragua
	Gimnasio Femenino
	Gimnasio La Montaña
	Gimnasio Nuevo Cristiano
	Knightsbridge Schools
	The English School
	Jardín Infantil Periquito
	Gimnasio Los Cerros
	Periquito

Nota. Fuente propia (2018).

10. Capítulo 3. Preseleccionar los mercados mediante la evaluación de los acuerdos comerciales de países geográficamente cercanos a Colombia y la densidad poblacional en países de América Latina y Estados Unidos.

Para la preselección de mercados, se exploraron los diferentes acuerdos comerciales que tiene Colombia con países de América Latina y Estados Unidos. De esta manera, se accede a la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias, si aplica para las exportaciones de productos entre naciones. Facilitando los procedimientos aduaneros y las reglas de origen en el comercio exterior.

Tabla 4.

Acuerdos comerciales de Colombia con países de América Latina y Estados Unidos

Acuerdos Comerciales	Nombre	Países
Acuerdos de libre Comercio	Comunidad Andina	Bolivia
		Ecuador
		Perú
	Alianza del Pacífico	México
		Perú
		Chile
	Triángulo del Norte	Guatemala
		El salvador
		Honduras
		Chile
TLC	Costa Rica	
	México	
Acuerdo de Asociación Económica	Mercado Común del Sur	Estados Unidos
		Brasil
		Argentina
		Paraguay
		Uruguay

Nota. Fuente Acuerdos comerciales del Sistema de Información de Comercio Exterior (2018).

10.1 Acuerdos Comerciales firmados por Colombia con países de América Latina y Estados Unidos

10.1.1 Acuerdo de Integración subregional Andino -Comunidad Andina (CAN).

De acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018) “La Comunidad Andina de Naciones (CAN) es una organización suscrita el 26 de mayo de 1969 y entró en

vigencia el 16 de octubre de 1969”. Con el acuerdo se estableció un Programa de Liberación de bienes, por lo cual, todos los bienes están libres de arancel.

10.1.2 Tratado de libre comercio con La Alianza del pacífico.

La Alianza del Pacífico es un mecanismo de integración económica y comercial “suscrito el 6 de junio de 2012” MINCIT (2018). Debido a la mejora de las reglas de origen y armonización regulatorias, el sector de textiles y confecciones se ha hecho más atractivo para las exportaciones, los aranceles para los capítulos 61 y 62 son del 0%.

10.1.3 Tratado de libre comercio con El Triángulo del Norte.

“El Acuerdo fue firmado el 9 de agosto de 2007 en Medellín Colombia” MINCIT (2018). Con las negociaciones se pretendía iniciar la firma de un tratado de libre comercio para mejorar las condiciones de acceso y una zona de libre comercio.

En el sector de textiles, con la entrada de vigencia del acuerdo entre Colombia y Honduras el “27 de marzo de 2010” MINCIT (2018). De acuerdo con el Ministerio la categoría de desgravación arancelaria era de (B) de 5 años, donde en el primer año había una disminución del 12%, en el segundo de 9%, tercer año 6%, cuarto año 3% y para el último año que fue en el año 2015 del 0%. En el caso de Guatemala con la entrada en vigor del acuerdo el 12 de noviembre de 2009 y El Salvador el 1 de febrero de 2010, se aplica una categoría de desgravación (E) de 16 años, supondría el comienzo de la desgravación en 12 años (Lista de desgravación Honduras y Guatemala para Colombia, MINCIT, 2018).

10.1.4 Acuerdo de libre entre Colombia y Chile.

“Suscrito el 27 de noviembre de 2006 entro en vigencia el 8 de mayo de 2009” MINCIT (2018). Dentro de las nuevas políticas comerciales acordadas con Chile se logró mejorar las relaciones bilaterales en los campos de Inversión, Asuntos Laborales, Facilitación del Comercio, para el sector de textiles el arancel es del 0%.

10.1.5 Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Costa Rica.

Este acuerdo da acceso preferencial, “entró en vigencia el 1 de agosto de 2016” MINCIT (2018). En la lista de desgravación para la mayoría de sub partidas predomina la categoría B con un arancel del 10,5%, para el segundo año, se prevé que para el 5 año el arancel sea del 0% (Lista de desgravación Costa Rica para Colombia, MINCIT, 2018).

10.1.6 Tratado de Libre Comercio entre Colombia y México.

“Entró en vigencia el 1 de enero de 1995” MINCIT (2018). De acuerdo con el Ministerio antes se llamaba el TLC-G3, donde se incluía a Venezuela, pero el 19 de noviembre 2006, con el retiro de Venezuela se modificó el tratado y su nombre sería cambiado por Tratado de libre comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la república de Colombia. Actualmente, el 97% del universo arancelario se encuentra con 0% de arancel (MINCIT, 2018).

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

“Suscrito el 22 de noviembre de 2006 y entro en vigor el 15 de mayo de 2015” MINCIT (2018). Con el TLC se buscaba un incremento de las exportaciones. Estados Unidos desgravó la entrada casi la totalidad de los productos industriales producidos por Colombia, por lo tanto, el arancel para capítulos es del 0%.

10.1.8 Mercosur (ACE 72 Y 59).

“A partir del año 2017 entró en vigencia el Acuerdo de Complementación Económica entre Colombia y Mercosur, ACE-72” MINCIT (2018), con la participación de Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay, aunque con este último país aún no entra en vigor. Los beneficios del nuevo acuerdo corresponden a la eliminación de los aranceles en las prendas de vestir, fibras e insumos, confirmando las reglas de origen de productos locales. Según el Anexo II del Programa de Liberación Comercial de las preferencias otorgadas por la República Federativa de Brasil a la República de Colombia, goza de un arancel del 0% para los capítulos 61 y 62 (MINCIT, 2018).

Anteriormente con el Acuerdo de Complementación Económica ACE 59 CAN – Mercosur, Este aún sigue vigente aunque no posee este beneficio ya que no se establecieron las reglas de origen definitivas entre Colombia y Brasil para este sector implicando la congelación de la desgravación arancelaria, por lo cual se aplica una preferencia del 23%, hasta el reactivamiento del Programa de Liberación comercial que debió realizarse el 1 de enero de 2018, pero este no se ejecutó (Arancel electrónico Legiscomex 2018).

10.2 Densidad GeoFigura y Tamaño de la población.

Para la selección de los países con las mejores oportunidades comerciales, se contempló el tamaño de mercado para la introducción de uniformes escolares prescindiendo de aquellos países cuya población presenta un número reducido de habitantes.

La siguiente tabla expresa el número de habitantes y los kilómetros cuadrados en cada superficie terrestre

Tabla 5.

Población y Superficie terrestre de EE. UU, Brasil, México, Argentina, Perú, Chile, Guatemala, Ecuador, Bolivia, Honduras, Paraguay, El salvador, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Puerto Rico y Uruguay.

País	Numero de habitantes	Superficie terretre km2
Estados Unidos	326971209	9371174
Brasil	207660929	8515767
México	123518270	1964375
Argentina	44044811	2780400
Perú	31826018	128216
Chile	18373971	7560963
Guatemala	16924200	108890
Ecuador	16776977	283560
Bolivia	11215674	1098580
Honduras	8866351	49035
Paraguay	6953646	406752
El Salvador	6581940	21040
Costa Rica	4953199	51100
Panamá	4098135	741177
Uruguay	3493205	176220

Nota: Fuente. Información extraída del Perfil de Países en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2017).

En la tabla (5), los países con un mayor número de habitantes corresponden a Estados Unidos, Brasil, México, Argentina, Perú, Chile, Guatemala, Ecuador y Bolivia. Estos países al poseer una gran densidad poblacional, de acuerdo con el gerente general de la empresa Caracolitos, estos países presentan una ventaja en la selección del mercado objetivo: “Estas poblaciones deben superar el número de estudiantes matriculados en Colombia, ya que al impactar una considerable demanda de estudiantes contribuye en gran medida a aumentar las ganancias y sustentabilidad en un mercado a través del tiempo”. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en los reportes de educación publicados en el año (2016) se encontraban matriculados alrededor de (10.047.618) estudiantes en el país (pp.6).

De acuerdo con lo anterior, países como Paraguay, El salvador, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Puerto Rico y Uruguay, al poseer una población reducida, no se tomaron en cuenta para este estudio.

11. Capítulo 4. Seleccionar el mercado objetivo a través de la metodología de Matriz de ponderación de Holmes con el análisis de variables a nivel demográfico, económico, de comercio exterior y educación en Estados Unidos, Chile, Ecuador, México, Perú, Bolivia, Guatemala, Ecuador y Argentina

11.1 Análisis de Factores Demográficos

11.1.1 Variables Demográficas.

Esta tasa presenta la evolución de la población, para determinar el grado crecimiento o decrecimiento que tenga esta, dependiendo del rango del tiempo y de factores como la tasa de Fecundidad, esperanza de vida y Migración que haya en un país (s.f.). En la siguiente tabla se observa la variación del crecimiento anual de cada país seleccionado, la tasa de natalidad y esperanza de vida en un rango de años entre el 2015 y 2020. De igual forma, se expone la tasa de migración, para determinar el efecto de pérdida o ganancia poblacional y el tipo de pirámide supone que tan joven o envejecida esta la población.

Tabla 6.

Variables demográficas de Estados Unidos, Ecuador, Perú, México, Bolivia, Argentina, Guatemala, Chile y Brasil.

País	Tasa Anual del crecimiento de la población (2015-2020)	Tasa de Natalidad (2015-2020)	Esperanza de vida (2015-2020)	Migración (2017)	Tipo de Pirámide poblacional (2017)
Guatemala	1,8	23,5	74	-0,6	Progresiva
Bolivia	1,5	22,4	70	-0,9	Progresiva
Ecuador	1,2	18,8	75	-0,4	Estacionaria
Perú	1,2	18,8	75	-1,1	Estacionaria
México	1,3	18,4	77	-0,9	Estacionaria
Argentina	1,0	16,5	77	0,1	Estacionaria
Brasil	0,8	13,9	76	0,0	Regresiva
Estados Unidos	0,8	12,9	79	3,9	Regresiva
Chile	0,7	12,9	80	0,3	Regresiva

Nota: Fuente Perfiles sociales de Cepalstat, información estadística de la CEPAL (2017) y Banco mundial (2017).

“Conforme a un informe realizado por La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) reveló que la población latinoamericana crecerá en un 25 % para el año 2061, la cual se espera que pase de 635 millones de habitantes a unos 793 millones.” (CEPAL, 2015). En la Tabla (6) revela que en la mayoría de países la razón de crecimiento a nivel poblacional ha sido positiva, la más importante se encuentra en Guatemala con una tasa de crecimiento

poblacional anual de “1,8” Tabla (6), presentando un incremento de “1658380 de habitantes” (United Nations, 2018) según la estimación realizada por Naciones Unidas para el año 2050, en este país prevalece una alta tasa de la natalidad “23,5” Tabla (6), así como de niños y niñas de edades de (0 a 14 años) y población joven de (15 a 19 años) (Datos y Estadísticas de la CEPAL, 2017), pronosticando un crecimiento rápido de la población. A continuación, Bolivia presenta un crecimiento anual de la población del “1,5”, de acuerdo a estas cifras su tasa de natalidad es del “22,4”, en la pirámide poblacional al igual que Guatemala prevalecen edades de niños (0-14 años) y jóvenes de (15 a 19 años), siendo los países con las pirámides más jóvenes de la Tabla (6), (Datos y Estadística de la CEPAL, 2017).

Ecuador y Perú presentan tasas de crecimiento poblacional y natalidad son similares, ambas con un crecimiento del “1,2” y con un incremento de número de nacimientos del “18, 8” Tabla (6). Las pirámides poblaciones de estos países son maduras, ya que muestran poca evolución en el descenso o bajas de su natalidad, sin embargo, prevalecen edades de (15 a 29 años).

En México la tasa de crecimiento media anual es de “1,3” Tabla (6), superior a la de países como Ecuador y Perú, sin embargo, la tasa de natalidad posee una variación de -0,1 con respecto a estos países. La explicación de este fenómeno se debe al aumento de la esperanza de vida en México, proyectándose que este país pasará de tener una pirámide estacionaria a una regresiva. Situación similar en Argentina, donde prevalece las edades de los (25 a 34 años), experimentándose el llamado “Bono demográfico” (Aguirre, 2015), que según el autor supone la presencia de personas adultas trabajando, ahorrando, invirtiendo y pagando impuestos, que permiten agregar valor en la financiación del retiro y la salud de personas en edades avanzadas y para la educación de niños y jóvenes en el país.

Según La Cepal se estima que en torno al año 2040 como economías envejecidas en América Latina se consolidarán Brasil y Chile (Cepal, 2015). Una de las razones para explicar la situación de tendencia al descenso poblacional en el caso de Chile tiene que ver con factores de fecundidad, ya que hay un declive en las estadísticas en la disminución de hijos por mujer, situación que puede deberse al retraso en la edad en la cual se tiene el primer hijo, mermando la posibilidad de que una mujer pueda concebir otro hijo en un futuro. Según América Economía, 2017: “la esperanza de vida en Chile es de 80 años”, lo cual podría traducirse como otro factor que incide en el aumento de la población de tercera edad.

En Brasil la tasa de fecundidad y mortalidad, según el periódico América Economía (2018): El número de hijos por mujer se ha reducido significativamente en los últimos años. En 2015, se ubicó en 2, lo cual fue inferior al promedio de dos generaciones atrás (6 hijos/mujer). Las mejoras

en las condiciones socioeconómicas también permitieron que la tasa de mortalidad descendiera en las últimas décadas, bajando a 5,9 de mil habitantes.

En Estados Unidos la tasa de natalidad cada día es más baja, pese que el número de nacimientos sigue superando al de las muertes, por ser un país desarrollado las condiciones económicas favorables aumentan la esperanza de vida en la población. Se observa en la tabla (4) que este es el país con mayor tasa de migración, donde predomina la residencia de personas nacidas en el extranjero, con procedencia de países como México, La India, China, República Dominicana, El Salvador, Honduras Y Guatemala, situación que ha favorecido la tasa de natalidad en la población, según la agencia de noticias EFE (2017), “sin los nacimientos de mujeres nacidas en el extranjeros, la disminución total de los nacimientos anuales en Estados Unidos habría sido el doble”.

11.1.2 Población Rural.

Un fenómeno recurrente en América Latina según el Centro Latinoamérica de Demografía (CELADE), dice que la mayoría de los niños latinoamericanos son concebidos y criados por madres que apenas cuentan con educación primaria y su nivel de fecundidad es superior a las mujeres con educación media y alta. En donde muchos jóvenes de zonas rurales, se ven afectados por la falta de oportunidades para su desarrollo personal y social, impidiéndoles progresar y aprovechar su potencial (pp.6-7).

De tal manera, en América latina existe una brecha entre las poblaciones rurales y el bajo acceso y cobertura en educación, situación diferente en países desarrollados como Estados Unidos, donde se evidencia grandes complejos industriales en zonas rurales, excelente infraestructura vial y ferroviaria que las comunica con puertos, aeropuertos y grandes centros urbanos, muchos colegios también se encuentran ubicados en estas áreas.

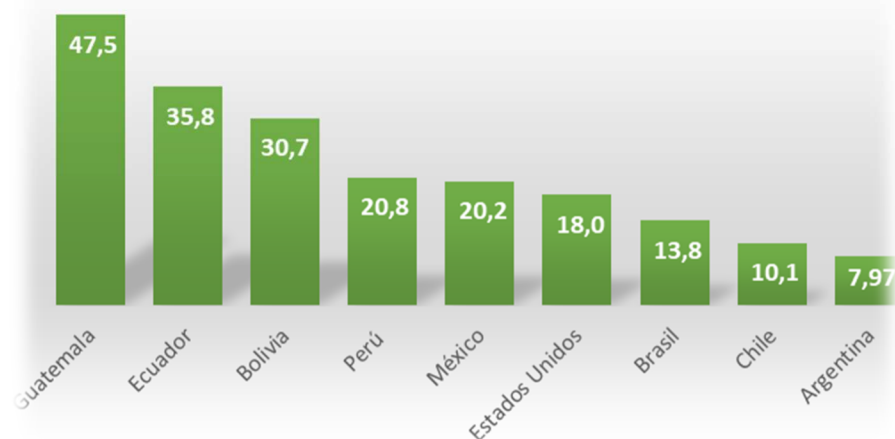


Figura 4. Población Rural de Estados Unidos, Brasil, México, Argentina, Perú, Chile, Guatemala, Ecuador, Bolivia. Banco mundial (2017)

En la anterior tabla, se determinó el grado de ruralidad de estas poblaciones, según los porcentajes de Figura (4), los mayores valores se evidencian en países como Guatemala con un 47,5%, Ecuador con un 35,8% y Bolivia con un 30,7%. Estas cifras, aunque no superan el porcentaje de población urbana, sin embargo, presentan una población considerable de personas viviendo en el campo.

A partir de esta información se analizó la relación de la proporción de la población rural con respecto a la tasa de matrícula en educación primaria y secundaria, como se indica a continuación.

11.1.3 Población Rural vs Tasa de Matrícula educación primaria.

La tasa de escolaridad actualmente está asociada al nivel de riqueza y condiciones económicas que presente un país. Sin embargo, factores en el ámbito educativo y cultural influyen en su aumento o descenso, como es el caso de Estados Unidos en donde la modalidad de educación Homeschooling que consiste en la educación para niños en sus casas, se hecho cada vez más común y muchos padres las leyes les permiten elegir la manera de educar a sus hijos, demostrando planes de estudio con su correspondiente bibliografía.

De escolar con factores a nivel socioeconómico, para personas en condiciones de pobreza en zonas rurales, marginalidad y vinculación laboral a temprana edad.

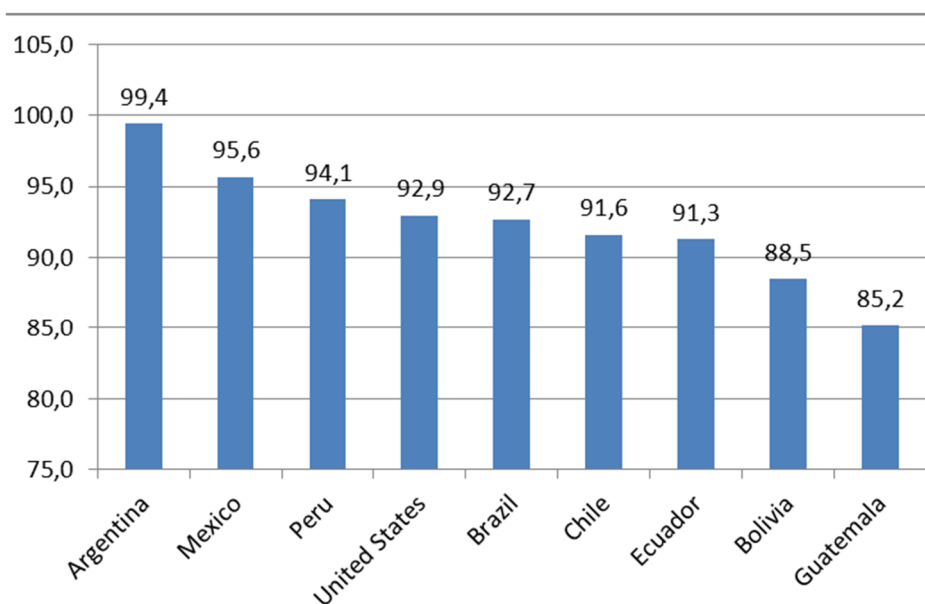


Figura 5. Tasa de matriculación primaria en Argentina, México, Perú, Estados Unidos, Brasil, Chile, Ecuador, Bolivia y Guatemala. Banco Mundial (2017).

La mayoría de los países latinoamericanos ha alcanzado tasas de matriculación primaria mayores al 90%. Argentina en el año 2015 presentó el nivel más voluminoso de educación primaria, debido a que este país cuenta con el beneficio de un sistema educativo constituido tempranamente, como se observa en la Figura (6), la cobertura es alta y recorriendo su geografía, las condiciones de las zonas rurales no son tan críticas. El siguiente país es México con una tasa de 95,6%, de acuerdo con la Secretaría de Educación Pública (SEN), existen instituciones en el medio urbano, gobiernos que regulan las actividades estudiantiles en cada estado y profesores en áreas rurales, “Sin embargo, todavía hay retos considerables para el SEN, en la tasa de asistencia de los niños provenientes de poblaciones indígenas asentadas en zonas rurales” (Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación INEE, 2016, p.1).

En Perú para los años 2005-2015 se desarrolló el Plan de Acción del Foro Nacional de Educación para Todos, que tenía como objetivo de acuerdo al Ministerio de educación de Perú la construcción de una propuesta de equidad y calidad educativa, este programa de cohesión social mejoró considerablemente las oportunidades de acceso en educación primaria sobre todo para aquellos que viven en condiciones rurales vulnerables, ofreciendo acceso a educación gratuita, favoreciendo la tasa de matriculación en educación primaria para este país (Ministerio de Educación en Perú, 2005, pp. 21-23)

Estados Unidos y Brasil presentan porcentajes similares, ambos en un 92%. En EE. UU, el financiamiento y las mayorías de escuelas en el sistema educativo son de origen público, su sistema educativo es descentralizado, donde cada estado está regulado, gestionado y financiado

por comunidades locales, dependiendo del estado los distritos escolares determinan la tasa de matriculación de educación para zonas rurales y urbanas. La educación inicial no es obligatoria, por lo cual muchos niños empiezan su educación en la primaria. En el caso de Brasil” la educación primaria es obligatoria para todos los niños y niñas de seis a catorce años y gratuita en las instituciones públicas que la imparten” (Spain Exchange, 2018).

Países como Chile y Ecuador presentan una tasa de cobertura del 91%, ambos países han presentado avances en el acceso a educación básica, sin embargo en el caso de Chile, la desigualdad y calidad escolar es de las más deficientes en América Latina según La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) (2015): “Chile ha hecho grandes esfuerzos por aumentar su cobertura, pero el acceso no asegura aprendizajes de calidad, especialmente para aquellos/as estudiantes que provienen de los sectores económicos más vulnerables, quienes presentan los indicadores más preocupantes”. En Ecuador por su parte, las tasas de asistencia por edad presentan mejoras significativas y el ministerio ha creado programas que benefician a niños en zonas rurales y urbanas marginales, entregando uniformes escolares, refrigerios y útiles.

Lo países que abarcan menores tasas en cobertura de educación son Bolivia y Guatemala, Al ser países con una población rural importante, dice la Unesco (2015): “El calendario escolar se contrapone con procesos socioeconómicos en el que participan niños, niñas y adolescentes, observándose en zonas como Bolivia, Perú, Ecuador y Guatemala el ausentismo de estudiantes por la confrontación con el calendario agrícola”. En Guatemala muchos niños optan por abandonar la escuela para poder generar ingresos trabajando en zonas agrícolas y así ayudar en la economía de sus hogares.

A pesar de que el gobierno de Guatemala ha generado estrategias para la reducción de pobreza asegurando mayor permanencia de estudiantes, la tasa participación de la niñez en los centros educativos sigue siendo insuficiente. Según la Figura (5), Guatemala presenta una población rural del “47, 5%”, la mayoría de los padres de niños y jóvenes no poseen los suficientes recursos económicos para costear la educación de sus hijos. Con esta situación se estableció la relación en la disminución de la asistencia escolar con factores a nivel socioeconómico, de personas en condiciones de extrema pobreza en zonas rurales, marginales y de vinculación laboral a temprana edad.

11.2 Análisis de Factores Macroeconómicos

11.2.1 Salario Mínimo.

Según La Organización mundial del trabajo OIT (2016): “El salario mínimo se ha definido como la cuantía mínima de remuneración que un empleador está obligado a pagar a sus asalariados por el trabajo que éstos hayan efectuado durante un período determinado”. El salario que devenga un trabajador representa más que una fuente de ingresos, ya con este se puede determinar la dinámica de la economía en un país en función de los bienes y servicios que compra una persona mensualmente, puesto que para las empresas es clave que estas tengan los ingresos suficientes para adquirir sus productos, generando de igual manera más empleo al aumentar la demanda de estos.

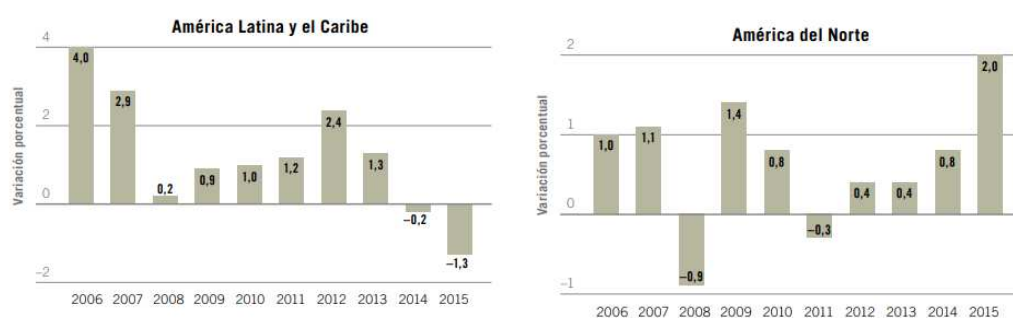


Figura 6. Crecimiento anual del salario real en América latina, caribe y del Norte (2006-2015).

Nota: El crecimiento salarial por región se calcula como media ponderada del crecimiento año a año del salario medio mensual real.

En la Figura (6) se observa un descenso del 1,3 de países de América Latina, este se ha atribuido, al menos parcialmente, a un aumento del número de trabajadores con estudios, lo cual aumentó el suministro, reduciendo así la prima salarial por educación (OIT, 2015 p. 37). Pero hay que tener en cuenta el entorno social y el desempeño económico que tiene cada país, puesto a que hay una desigualdad en cuanto al registro de incrementos en los salarios, un ejemplo es el aumento en países del sur como Chile y un declive en países de América Central como México.

En América del Norte (que comprende los Estados Unidos y el Canadá) de acuerdo con la Figura (6) el salario real registró un crecimiento importante en el año 2015, tras un decrecimiento en el año 2008, debido a la crisis económica que vivió Estados Unidos en ese año. En este país donde el coste de vida es muy alto, los salarios y las condiciones laborales compensan esta situación.

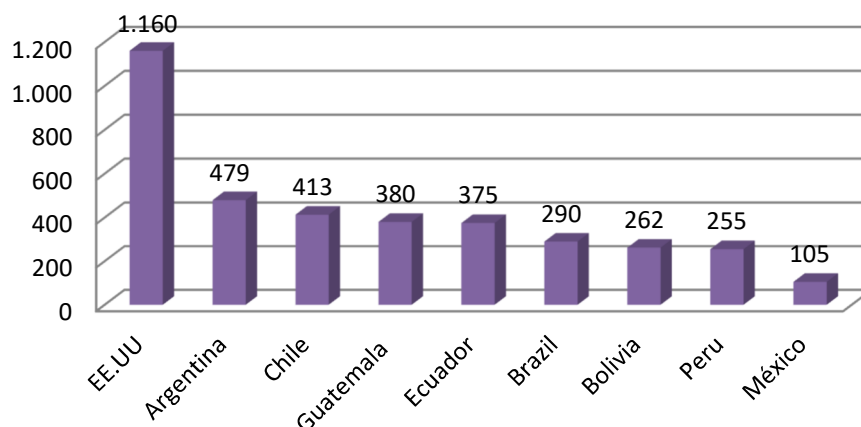


Figura 7. Salario Mínimo en Estados Unidos, Argentina, Chile, Ecuador, Guatemala, Brasil, Bolivia, Perú y México. En salario mínimo, Colombia está en la parte baja de la tabla regional (2017).

El salario mínimo en a Estados Unidos es el más alto con 1.160 dolares mensuales, con un pago de 7,25 dolares por hora de trabajo, sin embargo, de acuerdo con el artículo de Coyuntura Economica (2018): “ 18 estados a partir de enero de 2018, establecieron un incremento de 35 centavos, es decir, 7,60 dolares por hora”, con un mejor ajuste a las necesidades de muchas familias en Estados Unidos. Para Argentina, como se observa en el Figura (7) está establecido en “479 dólares”, en este país los aumentos inflacionarios han generado descensos en los salarios y la pérdida de poder adquisitivo por la crisis cambiaria.

En tercer lugar, se encuentra Chile, país cuyas leyes gubernamentales estipulan un salario mínimo de “413 dólares” Figura (7), a nivel general este país brinda una buena relación de costos de vida vs ingresos, distinta a la situación en Brasil que pese a sus esfuerzos no ha logrado reducir la desigualdad donde “Un trabajador que cobra salario mínimo tiene que trabajar hasta 19 años para recibir los mismos ingresos mensuales de una persona adinerada” (Oxfam International, 2017).

En Guatemala, a pesar de no presenta un importante desarrollo económico, reflejado en el crecimiento anual de la productividad o bajas tasas de la Inflación. Para el año 2017 las personas de este país devengaban un salario mínimo de “380 USD” Figura (7), siendo de los mejores comparado con el resto de países.

Debido a la coyuntura económica de Ecuador y Bolivia, muchas empresas no cuentan con la capacidad para pagar bien a los trabajadores. En Perú, el gobierno no permite que los salarios tengan un importante incremento con el objetivo de que sea más atractivo para un inversionista extranjero invertir en este país.

En México “En el año 2017, se aprobó un incremento de un 10% al Salario Mínimo general vigente” (Luna, 2017). Pero la inflación sigue aumentando, uno de los motivos ha sido por la subida del valor de la gasolina. En la Figura (7) se observa que México posee el menor valor de salario mínimo, donde muchos trabajadores se sienten incóformes, de acuerdo con el nivel de productividad que abarca este país.

11.2.2 PIB Per cápita.

A continuación, se expone el PIB per cápita de acuerdo a la Paridad de Poder Adquisitivo, determinando el nivel de vida de cada uno de los países.

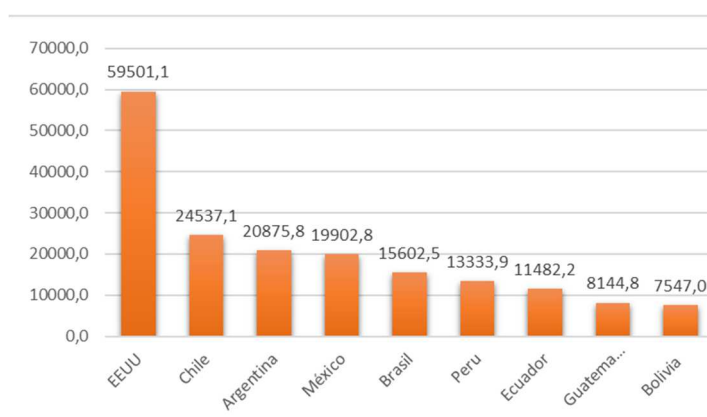


Figura 8. PIB Percápita de la Paridad del Poder Adquisitivo de Estados Unidos, Chile, Argentina, Brasil, México, Guatemala, Perú, Colombia, Ecuador y Peru. Cepalstat (2017).

El país con el mejor PIB per cápita es Estados Unidos con un valor de “59.501,1” de acuerdo a la Figura (8), siendo una economía con una gran infraestructura y recursos naturales combinando estas actividades con la investigación y productividad, actividades que han favorecido la calidad de vida y la adquisición de bienes y servicios de las personas que habitan en este país. A continuación, según la Figura (8).

Chile presenta una cifra de “24.537,1” Figura (8), en donde el sector de servicios es el más predominante con actividades como el turismo y ventas al por menor con una de las compañías chilenas más importantes (Falabella). También se destaca el sector financiero con bancos como: BBVA, Santander, CorpBanca y el Banco de Chile, siendo de las mejores instituciones financieras en América Latina. Situación parecida en Perú donde su PIB se constituye principalmente del sector terciario, con la dinamización del sector de Turismo y financiero, “Con cerca de 60 entidades y un PIB de 17.331 mil millones de Soles, el sector se consolida a la vez que más personas acceden a este tipo de servicios”. (Actividades económicas, 2018).

En Argentina con un PIB de “20.875,1” de acuerdo con la Figura (8), se destacan actividades del sector primario como la agricultura, que según El Observatorio de Complejidad Económica

los productos más importantes de exportación son la harina de soja, maíz, soja y aceite de soja, siendo los destinos más importantes China, Vietnam y la India (Hidalgo, 2016).

Según el Economista (2017) la economía mexicana “se expandirá un 2.3 por ciento en 2019, mientras que la región lo hará un 1.8 por ciento en promedio.” Siendo de las economías que más está creciendo actualmente. El crecimiento de la población y los avances tecnológicos son la principal causa del aumento del PIB para este país. Al igual que Brasil país que ha aumentado su PIB, debido a la dinamización del sector agropecuario, recuperándose de la recesión económica de años anteriores.

El PIB de Ecuador, Bolivia y Guatemala, está constituido principalmente por las actividades de ganadería y agricultura que abarcan el sector primario, en el caso de Ecuador el aumento del dólar y la disminución en la producción de barriles de petróleo, son dos hechos que han desfavorecido el aumento del PIB de este país. En el caso de Bolivia y Guatemala son países que se destacan en la distribución desigual del ingreso, con la mitad de la población viviendo en condiciones de pobreza.

11.2.3 Tasa de Inflación.

La siguiente Figura muestra la tasa de inflación, con el aumento generalizado de los precios para estos países.

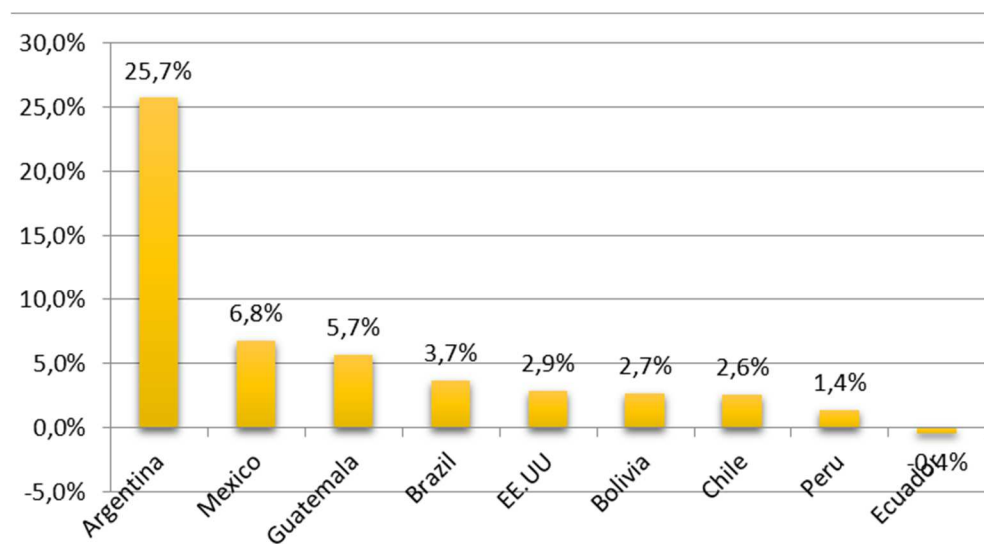


Figura 9. Tasa de Inflación de Estados Unidos, Chile, Argentina, Brasil, México, Guatemala, Perú, Ecuador y Perú. Banco Mundial (2017).

La inflación suele tener múltiples causas simultáneas y a la hora de realizar un diagnóstico de la inflación se deben tener en cuenta la razón de ser de cada una. Aspectos como la historia, la cultura, la economía y las políticas de un país cobran relevancia en la influencia de la formación de precios. En el caso de Argentina, este es el país que presenta un mayor incremento

inflacionario, siendo el aumento de los salarios mínimos y la monetización del déficit fiscal la causa principal, ya que es país ha comenzado a emitir moneda para poder financiar esta deuda, situación similar se vive en Guatemala ya que con la emisión monetaria debido a las presiones inflacionarias.

Según la Figura (9), Argentina evidencia ser uno de los países con mayor índice de productividad de América Latina, presentando a su vez el mejor salario mínimo de la región, con este beneficio las personas tienden a aumentar la compra de bienes y servicios, lo que se deduce como una subida sustancial de los precios de bienes y servicios, por lo cual, es una inflación generada por expectativas o círculo vicioso.

La inflación de México con un porcentaje de 6,8% de acuerdo con la Figura (9), tiene un tipo de Inflación constituida por el aumento del dólar que afectan a sectores como el de las telecomunicaciones, petróleo, cemento; y este a su vez, ocasiona el aumento simultaneo en los demás sectores de la economía. Otra razón que constituye el aumento de los precios tiene que ver con la corrupción del gobierno, cuando organismos aumentan su participación en el ingreso nacional, aumentan de igual manera los impuestos, los sueldos a altos políticos y los márgenes de beneficio.

En Perú y Brasil, los precios estuvieron controlados, la mejora en las condiciones externas, producto de un dólar débil y mejoras en los precios de las materias primas que llevaron a un fortalecimiento de las monedas de la región ayudó a que la inflación importada se moderase. (Alonso, Göpel, 2018).

Sin embargo, la devaluación del Real Brasileño sigue creciendo con respecto a otras monedas, lo cual se traduce como aumento de la inflación al no haber un control de esta situación. En el caso de Perú este es uno de los países que menos presenta un incremento de la inflación, junto con Ecuador, pero con la diferencia de que este país está atravesando un periodo deflacionario del (-0,4%), de acuerdo con la Figura (9), lo cual se traduce como una disminución de la demanda, y las empresas se ven obligadas a reducir sus precios, disminuyendo la Competitividad y reduciéndose en un atraso económico.

En Estados Unidos, la inflación, aunque no es la más alta, en este país se están ejecutando medidas proteccionistas establecidas por el presidente Donald Trump para el sector de acero y aluminio, con la misión de disminuir el déficit fiscal debido a la disminución de las exportaciones de los últimos años. Estas medidas pretenden desalentar las importaciones para estos sectores impulsando las industrias nacionales. Esta situación afecta los precios en los consumidores, ya que los productos importados supondrían un costo mayor. Un modelo parecido presenta Bolivia, en donde el estado restringe en ciertas medidas las libertades económicas.

11.3 Análisis Factores Comercio Exterior

11.3.1 Barreras Arancelarias.

Los aranceles que se aplican a las importaciones de textiles en Colombia, localizadas en los capítulos 61 y 62, corresponden a un arancel del 15% si el valor FOB de la mercancía es superior a 10 USD por kilo bruto, el cual se clasifica en 10% Ad-valorem y 5% específico por confecciones. En dado caso que la mercancía tenga un valor FOB inferior a los 10 USD se aplicaría un arancel del 40% por kilo bruto (Arancel electrónico Legis, 2018).

De acuerdo a la siguiente tabla, se especifican los aranceles de textiles de punto y no punto, con la subpartida 61.01.20.00.00 correspondiente a Abrigos, chaquetones, capas, cazadoras y artículos similares, de punto, para hombres o niños de algodón y la subpartida 6201.13.00.00, Abrigos, chaquetones, capas, cazadoras y artículos similares, para hombres o niños de fibras sintéticas (Muisca, 2018). Realizando una comparación entre el arancel aplicado para Colombia por convenio comercial y para países que no poseen ningún tipo de acuerdo con Brasil, México, Perú, Chile, Guatemala, Bolivia, Estados Unidos y Ecuador.

Tabla 7.

Aranceles e Impuestos para la entrada de mercancías en Brasil, México, Perú, Chile, Estados Unidos, Ecuador, Guatemala y Bolivia.

Países	Aranceles exportaciones colombianas de punto y no punto	Impuestos de ingreso de la mercancía	Aranceles exportaciones país sin convenio textiles de punto	Aranceles exportaciones país sin convenio textiles de no punto
Brasil	0%	Programa de Integración Social Tributaria 2,1%, Financiación del impuesto de seguridad social 10,6% y El impuesto de circulación de mercancías 17%	35% Valor CIF	35% Valor CIF
Perú	0%	IVA 16% , Impuesto Promoción 2%	0% Valor CIF	0% Valor CIF
México	0%	Valor Impuesto Agregado 16%	20% Valor CIF	25% Valor CIF
Chile	0%	IVA 19%	6% Valor CIF	6% Valor CIF

Estados Unidos	0%	Tarifa Procesamiento de las mercancías, 2.10 USD , si el valor FOB es igual o menor a 2500 USD o 0,3% se liquida sobre el valor de la mercancía si es mayor a 2500 USD.	15,9% Valor FOB	22% Valor FOB
Argentina	0%	IVA del 21%, Impuesto estadístico del 0,50%, Impuesto sobre la renta de 2,50%, Impuesto a las ganancias del 6%.	10% CIF 5.5% Especifico por Kilo	10% CIF 5.5% Especifico por Kilo
Guatemala	15%	IVA 12%	15% Valor CIF	15% Valor CIF
Bolivia	0%	IVA 14,94%	40% Valor CIF	40% Valor CIF
Ecuador	0%	Fondo de Desarrollo Infantil 0,5%, IVA 12%.	10% Valor CIF	10% Valor CIF

Nota: Fuente. Gestionar embarques, Aranceles e Impuestos del Portal Santander Trade (2018).

Los países que presentan un mayor beneficio en el pago de impuestos y aranceles establecidos en el marco de los TLC'S firmados por Colombia son: México, Chile y Estados Unidos, si bien todos estos países presentan desgravación arancelaria del 0%, de acuerdo con la Tabla (7) para el ingreso de textiles en estos mercados, En Estados Unidos las exigencias de verificación de origen son extensas, ya que la mayoría de productos deben ser confeccionados con tela tejida en Colombia o Estados Unidos .

El impuesto que se paga por la entrada de mercancías en Estados Unidos, es la Tarifa de procesamiento de Mercadería (MPF), en donde se establece un valor de 2,1 USD si el valor es igual o mayor de 2.500 USD (Entrada automatizada) o 0,464% si el valor FOB es mayor a 2.500 USD. También se establece que el monto máximo de la tarifa no debe exceder los USD 497,9 y no debe ser inferior de \$25.6, por lo cual, cuando se aplique el porcentaje, si el resultado es mayor que el máximo, igual el importador tendrá el beneficio de pagar los 497.9 (U.S Customs and Border protection, 2018).

De igual manera, se observa un beneficio arancelario y de impuestos para países de la Comunidad Andina con Bolivia, Perú y con Ecuador, el beneficio arancelario volvió a instaurarse en el año 2017, donde un factor determinante en la colocación de esta medida por

parte del gobierno ecuatoriano fue la desestabilización de la balanza de pagos, pero ya con el desmonte de esta medida, se manifiesta la reactivación del comercio de estas economías con las preferencias arancelarias dadas a los países miembros de la CAN.

De acuerdo con la Tabla (7) en Guatemala se establece un impuesto del 12% y un arancel del 15% para las exportaciones debido a la categoría de desgravación de 16 años (E) según lo dispuesto en la lista de desgravación de Guatemala a Colombia (MINCIT, 2018).

Argentina y Brasil son los países que presentan más impuestos para el ingreso de mercancías, en el caso de Brasil, según la Tabla (7), los textiles que Colombia exporta a este país presentan un arancel del 0%, debido a los beneficios arancelarios que presenta el Acuerdo de Complementación Económica entre Colombia y Mercosur ACE-72 (MINCIT, 2018).

11.3.2 Doing Business.

Tabla 8.

Puntuaciones Doing Business de Estados Unidos, Chile, Argentina, Brasil, México, Guatemala, Perú, Ecuador y Perú

Economía	Puntaje	Tiempo para importar: fronterizo (horas)	Tiempo para importar: Documental (horas)	Costo para importar: Fronterizo (USD)	Costo para importar: Documental (USD)
Estados Unidos	36	1,5	7,5	175	100
México	63	44	18	450	100
Chile	68	54	36	290	50
Guatemala	79	72	32	405	140
Bolivia	89	114	72	315	30
Perú	92	72	72	583	80
Ecuador	102	24	120	250	75
Argentina	116	60	192	1 200	120
Brasil	139	63	48	967	107

Nota: Fuente. Comercio Transfronterizo. Doing Business (2017).

11.3.2.1 Clasificación de las economías.

“El estudio del Banco Mundial clasifica a los países del 1 al 190 en la facilidad para hacer negocios. Una clasificación elevada indica un entorno regulatorio más favorable para la creación y operación de una empresa local” (s.f., 2018). De igual manera, indica un buen ambiente comercial y económico para las exportaciones. “La clasificación se determina al ordenar el agregado de las puntuaciones de distancia a la frontera en 10 áreas a las que se otorga el mismo valor, cada una consistiendo de varios indicadores” (Herrera, 2018). En el proyecto

Doing Business, de los 190 países, los que se encuentran en las primeras posiciones se les tribuye una mejor calificación estableciendo los valores en materia a las normas y reformas que regulan la actividad empresarial, los índices de derechos legales, impuestos y los costos de las importaciones y exportaciones.

En el ejercicio de este estudio, se realizó un análisis del comercio trasfronterizo. En la Tabla (8), se observa un mayor puntaje en Estados Unidos, ubicado en la sexta posición a nivel mundial (Doing Business, 2018). Siendo uno de los países donde resulta más sencillo hacer negocios. En países de América se observa un mejor rendimiento para México y Chile, en México de acuerdo con un reporte de la secretaria económica, esta trabaja a con las entidades federativas en las prácticas de mejora regulatoria, como la actualización de la infraestructura informática, ofreciéndole velocidad en los trámites de comercio exterior (Quintana, 2017).

Guatemala es uno de los países más costosos para importar en cumplimiento documental, como se observa en la Tabla (8). Bolivia, Perú y Ecuador, muestran un balance en términos de costos y tiempos para importar.

Los países con los cuales resulta más difícil hacer más negocios son Brasil y Argentina, siendo ambos los países más costosos para importar en cumplimiento fronterizo. En el caso de Brasil, como se observó en la Tabla (8) los impuestos y las medidas regulatorias impuestas en el país lo han postulado en la posición más baja de la lista.

La facilidad para hacer negocios con México, da lugar al aumento de las exportaciones con la eliminación de trámites y barreras al comercio. Este beneficio influye directamente en el precio final de los uniformes, para que estos sean más competitivos en el mercado interno mexicano.

11.3.3 Exportaciones de Colombia del capítulo 61 y 62.

La siguiente gráfica, hace alusión a las exportaciones que realizó Colombia en el año 2017, para confecciones del capítulo 61 y 62, de acuerdo con Internacional Trade Center (2017).

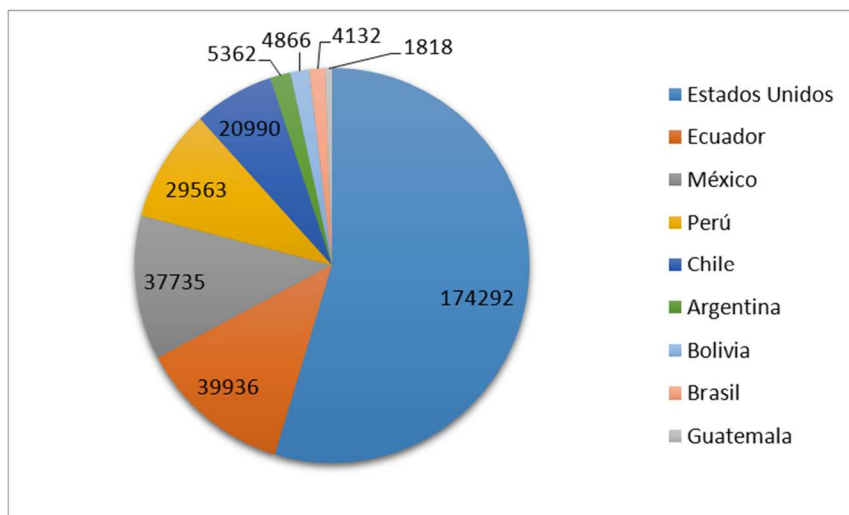


Figura 10. Exportaciones de Colombia a Estados Unidos, Perú, Bolivia, Ecuador, Chile, Brasil, México, Guatemala y Argentina. International Trade Center. Trade Map (2017).

Según la Figura (10), Estados Unidos para el año 2017, es el mayor socio comercial en la venta de confecciones del capítulo 61 y 62 por un valor de 174.292 (Miles USD). Ecuador, México y Perú ocupan las siguientes tres posiciones.

Ecuador ha incrementado su demanda de mercancía textil colombiana debido a desmantelaría de la medida salvaguardia del sector textil desde junio del 2017 (Procolombia, 2017).

Cifras del ministerio de comercio exterior de Colombia han revelado que las balanzas comerciales en términos de textil para el país son superavitarias con Estados Unidos, Ecuador y México, mientras que, con Perú, Colombia sostiene una balanza comercial deficitaria por más del 11%. (Gonzales, 2017).

Con Chile, Colombia ha incrementado las exportaciones de textiles y confecciones, debido a la desgravación arancelaria del Acuerdo comercial con la Alianza del Pacifico (Portafolio, 2016). Por último, de acuerdo con la Figura (10), las menores exportaciones son rumbo Argentina, Bolivia, Brasil y Guatemala.

11.4 Análisis Factores de Educación

11.4.1 Uso de uniformes escolares.

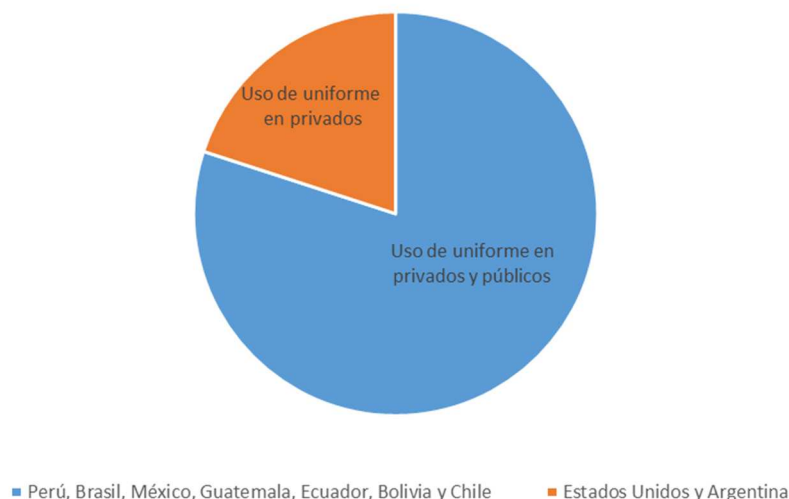


Figura 11. Uso de uniformes escolares en colegio públicos y privados. Propia (2018).

Se evidencia en la mayoría de países un uso de uniformes escolares en colegios públicos y privados, teniendo en cuenta que en muchas escuelas no es necesario su uso, pese a que se han implementado normas que sancionan a los colegios principalmente públicos si estos incurren en la obligatoriedad de su uso como es el caso de Perú, Bolivia y Guatemala.

En países como Brasil muchos padres prefieren matricular a sus hijos en colegios donde su uso sea obligatorio, ya que tienen la plena satisfacción del bienestar de ellos en sus colegios, dado que los uniformes promueven la reducción de violencia y se identifican más fácilmente los intrusos en las escuelas. Los uniformes escolares brasileños pueden variar ampliamente según la escuela. Hay muchas escuelas que optan por un atuendo más elegante, mientras que otras optan por una más simple, como camisa y pantalones cortos (K-12 academics, 2018).

En México, los estudiantes de todas las escuelas públicas deben vestir uniformes, así como muchos niños de escuelas privadas. No todos son del mismo color y muchos tienen un escudo escolar en sus suéteres o camisas (K-12 Academics, 2018). Muchas escuelas mexicanas tienen dos tipos de uniformes, uno para días escolares regulares y otro de Educación física (P.E), en ocasiones especiales los estudiantes pueden usar ropa particular (Sánchez, 2018).

Es muy común en Chile tener un uniforme en las escuelas, ya sean escuelas estatales o privadas. No es obligatorio, sin embargo, la mayoría de las instituciones optan por tenerlo, también como un contraste entre la escuela y la universidad (s.f., 2016). En 1965 el ex presidente Eduardo Frei Montalva, establece un uniforme escolar único para todas las

instituciones educacionales, fuesen públicas o privadas, a partir del año 1996 un decreto ley firmado por este presidente, suspende el uso de un único uniforme escolar obligatorio en los establecimientos reconocidos oficialmente, por lo cual la evolución de los diseños de los uniformes se ha diversificado desde la ejecución de esta ley, siendo autónoma para cada institución (Morales, 2018).

El ministerio de educación en Ecuador, estableció un acuerdo en que el uso de la falda para las niñas ya no será de uso obligatorio, de igual manera, las niñas deben acatar las reglas del uso de uniforme, de acuerdo a lo previsto en el Código de Convivencia de la institución (Universo, 2018). El uniforme de diario de las niñas consiste en una falda, camisa polo, medias largas blancas y zapatos negros y el de los niños en una camisa polo y pantalón con zapatos negros.

En Estados Unidos y Argentina, se observa un uso de uniforme escolar en solo escuelas privadas. En Argentina, los estilos de uniformes poseen una influencia europea, especialmente británica, con el uso de pantalones cortos y medias para los niños. En las escuelas estatales argentinas han dejado el uso de las batas blancas, donde los niños pueden usar ropa particular por debajo (El sol, 2017).

En el caso de Estados Unidos las escuelas privadas, escuelas que requieren matrícula y aceptación formal para poder asistir y otras escuelas especializadas suelen ser las únicas escuelas que requieren los uniformes que elija la administración de la escuela, en colegios públicos lo que utilizan normalmente es hacer cumplir un código de vestimenta para los estudiantes (K-12 Academics, 2018).

11.4.2 Tamaño del Mercado de Uniformes Escolares.

En la siguiente tabla, de acuerdo con el número de estudiantes y las reglas de uso para cada país en colegios públicos y privados. Se determinó el tamaño del mercado de uniformes escolares, como se demuestra en la siguiente tabla:

Tabla 9.

Tamaño del mercado de uniformes escolares en Estados Unidos, Perú, Bolivia, Ecuador, Chile, Brasil, México, Guatemala y Argentina.

País	Número de estudiantes total 2016	Numero de estudiantes Privados	Numero de estudiantes públicos	Uso de Uniforme privados	Uso de Uniforme públicos	Tamaño de Mercado de Uniformes Escolares
Brasil	48817479	8983101	39834378	Si	Si	48817479
México	34308717	4458840	29849877	Si	Si	34308717
Colombia	10047618	2263192	7784426	Si	Si	10047618
Perú	8668610	2481399	6187211	Si	Si	8668610
Estados Unidos	55074939	5278000	49796939	Si	No	5278000
Ecuador	4362770	891853	3470914	Si	Si	4362770
Guatemala	3687374	682627	3004747	Si	Si	3687374
Chile	3550842	2231186	1319656	Si	Si	3550842
Argentina	11267588	3295323	7992265	Si	No	3295323
Bolivia	2783894	313905	2469898	Si	Si	2783894
						124800627

Nota: Fuente. El número de estudiantes en colegios públicos y privados, corresponden a datos de los Ministerios de Educación en Perú, Bolivia, México, Chile, Guatemala y Ecuador e Institutos nacionales de estadísticas en Brasil, Estados Unidos y Argentina (2016).

De acuerdo con la Tabla (9), el país con el mayor número de estudiantes pertenece a Estados Unidos con “55074939” (s.f., p.5). Sin embargo, partiendo de que solo existe un uso de uniformes escolares para colegios privados, el tamaño real de mercado se reduce a “5278000” de estudiantes. Situación similar a Argentina, que de acuerdo con la Tabla (9) abarca un total de “11.267.588” de estudiantes, pero tal solo “3 295323” utilizan uniformes escolares.

Brasil presenta una cantidad importante de estudiantes con “39.834.378” de acuerdo con (Instituto Nacional de Estudios e Investigaciones Educativas Anísio Teixeira, 2016, p.11), para colegios públicos y privados en el año 2016, este demuestra ser el país con el mayor número de estudiantes en América Latina. De igual manera, según la Tabla (9), evidencia ser el mercado más grande uniformes escolares. Seguidamente esta México con un total de “30684470 millones de estudiantes (Secretaria de Educación, 2016, p.10), abarcando un tamaño de mercado completo para estudiantes en colegios privados y públicos.

En países como Perú y Ecuador y los estudiantes asisten a escuelas principalmente públicas y analizando el tamaño de mercado para ambos países, este no es importante comparándolos con Brasil y México. En el caso de Chile, prevalece un mayor número de estudiantes de colegios privados de acuerdo con la Tabla (9). Un informe del Foro Chileno por el derecho a la educación afirma lo siguiente: “El 40% del gasto en educación en Chile proviene de privados, lo que se intensifica en la educación superior, donde esta cifra se dispara a un 76%” (Sepúlveda, 2014).

De acuerdo con el análisis del crecimiento poblacional de estos países, Guatemala es una de las poblaciones más jóvenes a nivel latinoamericano, sin embargo, según la Tabla (9), este país no presenta un mayor número de estudiantes en instituciones privadas y públicas, por lo tanto, no es relevante el tamaño de mercado de uniformes.

El país que posee el menor tamaño es Bolivia con “2783894”, a pesar de que en este país haya un uso generalizado de uniformes escolares.

12. Seleccionar el mercado objetivo a través de la metodología de Matriz de ponderación de Holmes con el análisis de variables a nivel demográfico, económico, de comercio exterior y educación en Estados Unidos, Chile, Ecuador, México, Perú, Bolivia, Guatemala, Ecuador y Argentina

12.1 Fases

12.1.1 Fase Uno.

A continuación, se exponen los factores demográficos, económicos, de comercio exterior y educación con su respectivo código, establecidos para el análisis y selección del mercado objetivo

Tabla. 10.

Asignación de códigos a partir de los factores demográficos, económicos, de comercio exterior y educación.

Códigos	Factores
Factores Demográficos	
A1	Indice de crecimiento poblacional
A2	Poblacion Urbana vs Tasa de Matriculación Primaria
Factores Económicos	
B1	Salario Minimo
B2	PIB per capita
B3	Tasa de Inflación
Factores Comercio Exterior	
C1	Exportaciones de Textiles Colombianos
C2	Barreras Arancelarias e Impuestos en el ingreso de mercancías.
C3	Puntuación Doing Business
Factores Educación	
D1	Uso de uniformes escolares
D2	Tamaño del Mercado de Uniformes Escolares

Nota: Fuente. Propia (2018).

12.1.2 Fase Dos.

Se presenta la Matriz de priorización, según los criterios preestablecidos en la fase 1, Mediante esta matriz “se ponderan los distintos factores, confrontándolos con los demás”. Para ello, y partiendo del eje horizontal, se compara el primer criterio con los restantes, asignando

el valor más apropiado según la tabla de valores, así mismo, se establece un porcentaje dependiendo de la puntuación.

Tabla 11.

Matriz de priorización de los factores demográficos, económicos, de comercio exterior y educación.

Matriz de priorización de Holmes

Código	A1	A2	B1	B2	B3	C1	C2	C3	D1	D2	Total	%	
A1			1	1	0	0	0	0	1	0	0	3	7
A2	0			0	1	0	1	0	0	0	0	2	4
B1	0	1			0	1	0	0	0	0	0	2	4
B2	1	0	1			0	0	0	0	0	0	2	4
B3	1	1	0	1			0	0	0	0	0	3	7
C1	1	0	1	1	1			1	1	1	0	7	16
C2	1	1	1	1	1	0			1	0	0	6	13
C3	0	1	1	1	1	0	0			1	0	5	11
D1	1	1	1	1	1	0	1	0			0	6	13
D2	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	9	20
												45	100

Nota: Fuente. Propia (2018).

El código D2 (Tamaño de mercado del uso de uniformes), revela la más alta puntuación con un total de “9”, equivalente a un “20%”, según la Tabla (11), seguidamente se encuentra el código C1 (exportaciones de textiles colombianos) con un total de “7” puntos y un porcentaje del “16%” y en tercer lugar se encuentran los códigos D1 (Uso de uniformes escolares) y C2 (Barreras Arancelarias e impuestos al ingreso de las mercancías), con un total de “6” puntos. Estos porcentajes sugieren un predominio de los factores de educación, ya que la comercialización de uniformes escolares supone un mercado con una tradición en la utilización de prendas deportivas y de diario, así mismo, un alto porcentaje de estudiantes para la segmentación de mercado.

Otros códigos como el A1 y A2, aunque no presentan los mayores porcentajes, la utilización de datos de crecimiento demográfico y la tasa de matriculación primaria en la población rural, permitieron identificar las características como la edad preponderada de determinado mercado. De acuerdo con este análisis en la mayoría de los países jóvenes, la cobertura en educación no es la más alta, principalmente en zonas rurales.

Los códigos B1, B2 y B3, que corresponden a los factores económicos, permiten la proyección de una estrategia comercial, según el grado de desarrollo económico que presente un país y los códigos

12.1.3 Fase tres.

Para la calificación de los factores por país, se evaluaron los datos estadísticos establecidos en las gráficas y tablas de cada uno de los factores demográficos, económicos, de comercio exterior y educación. Consecutivamente, se multiplicaron los porcentajes estipulados en la matriz de priorización y la calificación estipulada para cada factor dependiendo de los datos estadísticos estudiados en el capítulo 11. Cuando se obtienen los puntajes por cada factor y país, estos se suman y se selecciona el país que tenga mayor resultado.

Tabla 12.

Calificación y puntaje de los factores A1, A2, B1, B2, B3, C1, C2, C3, D1 Y D2, de acuerdo al análisis demográfico, económico, de comercio exterior y educación.

	Crecimiento poblacional	Población Urb. Tasa Primaria	Salario Mínimo	PIB Per Cápita	Tasa de Inflación	Exportaciones	Banaras Arancelarias	Doing Business	Uso de uni formes	Tamaño del Mercado	
Código	A1	A2	B1	B2	B3	C1	C2	C3	D1	D2	Total
Porcentaje	7%	4%	4%	4%	7%	16%	13%	11%	13%	20%	100%
Brasil											
Calificación	2.0	2.0	3.0	2.0	3.0	1.0	2.0	1.0	5.0	5.0	2.6
Puntaje	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.3	0.1	0.7	1.0	2.8
Perú											
Calificación	4.0	2.0	1.0	3.0	2.0	4.0	3.0	4.0	5.0	4.0	3.2
Puntaje	0.3	0.1	0.0	0.1	0.1	0.6	0.4	0.4	0.7	0.8	3.6
Estados Unidos											
Calificación	1.0	4.0	5.0	5.0	4.0	5.0	5.0	5.0	2.5	3.0	4.0
Puntaje	0.1	0.2	0.2	0.2	0.3	0.8	0.7	0.6	0.3	0.6	3.8
Argentina											
Calificación	3.0	5.0	5.0	4.0	1.0	2.0	1.0	2.0	2.5	1.0	2.7
Puntaje	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.3	0.1	0.2	0.3	0.2	2.0
México											
Calificación	3.0	3.0	1.0	3.0	2.0	4.0	4.0	5.0	5.0	5.0	3.5
Puntaje	0.2	0.1	0.0	0.1	0.1	0.6	0.5	0.6	0.7	1.0	4.0
Chile											
Calificación	1.0	5.0	4.0	5.0	5.0	3.0	3.0	4.0	5.0	2.0	3.7
Puntaje	0.1	0.2	0.2	0.2	0.4	0.5	0.4	0.4	0.7	0.4	3.3
Bolivia											
Calificación	5.0	2.0	2.0	1.0	5.0	2.0	4.0	1.0	5.0	1.0	2.8
Puntaje	0.4	0.1	0.1	0.0	0.4	0.3	0.5	0.1	0.7	0.2	2.7
Ecuador											
Calificación	4.0	1.0	3.0	2.0	1.0	5.0	2.0	5.0	5.0	3.0	3.1
Puntaje	0.3	0.0	0.1	0.1	0.1	0.8	0.3	0.6	0.7	0.6	3.5
Guatemala											
Calificación	5.0	1.0	4.0	1.0	3.0	1.0	1.0	3.0	5.0	2.0	2.6
Puntaje	0.4	0.0	0.2	0.0	0.2	0.2	0.1	0.3	0.7	0.4	2.5

Nota: Fuente. Propia (2018).

Según la Tabla (12), México, presenta el mayor resultado con un total de (4,0) siendo este el país seleccionado como mercado objetivo, ya que obtuvo el mayor puntaje y las mejores

calificaciones en los factores demográficos, de comercio exterior y educación. Teniendo en cuenta que las exportaciones y el tamaño del mercado de uniformes son los factores más importantes representando un porcentaje de 16 a 20%, México ofrece un mercado favorable para las exportaciones de uniformes y un alto flujo de prendas de vestir comercializadas a este país.

13. Elaborar un plan de exportación con el objetivo de identificar las rutas y los métodos adecuados para la comercialización de uniformes escolares.

13.1 Características generales de México

México, es conocido también como los Estados Unidos Mexicanos, es una república federal ubicada en la parte sur del continente norteamericano. La nación comparte fronteras con los Estados Unidos al norte, Guatemala, Belice y el Mar Caribe al sureste, el Golfo de México al este y el Océano Pacífico al sur y al oeste (s.f., 2018).

Tabla 13.

Datos generales de México.

Cápital: Ciudad de México
Idioma: Español
Tipo de Gobierno: República Federal
Clima: Tropical y templado
Religión: Católica, otras.
Moneda: Peso Mexicano
Principales ciudades: Ciudad Juarez, Guadalajara, Monterrey, Puebla y Veracruz

Fuente: Perfil país, Ministerio de Comercio Industria (2017).

Está dividido políticamente en 32 entidades federativas, de las cuales 31 son estados libres y soberanos en su régimen interior y un Ciudad de México donde residen los Poderes Federales. El gobierno federal y los gobiernos estatales están organizados por el principio de separación de poderes: Ejecutivo, Legislativo y Judicial.

Tabla 14.

Estados de México

1. Aguascalientes	17. Nayarit
2. Baja California	18. Nuevo León
3. Baja California Sur	19. Oaxaca
4. Campeche	20. Puebla
5. Chiapas	21. Querétaro
6. Chihuahua	22. Quintana Roo
7. Coahuila de Zaragoza	23. San Luis Potosí
8. Colima	24. Sinaloa
9. Durango	25. Sonora
10. Estado de México	26. Tabasco
11. Guanajuato	27. Tamaulipas
12. Guerrero	28. Tlaxcala
13. Hidalgo	29. Veracruz de Ignacio de la Llave
14. Jalisco	30. Yucatán
15. Michoacán de Ocampo	31. Zacatecas
16. Morelos	32. Ciudad de México

Fuente: Para todo México. (2018).

13.2 Coyuntura económica

México se encuentra entre las 15 economías más grandes del mundo y es la segunda economía más grande de América Latina, de las 32 entidades en México los estados con mayor crecimiento económico fueron: Puebla: (6,7%), por su industria manufacturera, Guanajuato de (4,9%) gracias al comercio, Morelos (4,7%) por la industria de construcción y minería y San Luis Potosí (4,2) por su industria agropecuaria. De los sismos que ocurrieron en septiembre del año 2017, tuvieron afectaciones en la economía mexicana, sin embargo, el FMI prevé un crecimiento del PIB Mexicano de 1,9% en 2018 (Arteaga, 2017).

13.3 Balanza Comercial entre México y Colombia

Existe una balanza superavitaria para Colombia en las exportaciones de confecciones hacia México, sin embargo, se observa en la Figura (12), un decrecimiento entre el 2015 al 2017, de aproximadamente 10%, situación distinta con México, ya que este país está aumentando las exportaciones hacia Colombia, puesto que paso de exportar “7.864.665” en el año 2015, a “9.108.301” en el año 2017, de acuerdo con la siguiente gráfica:

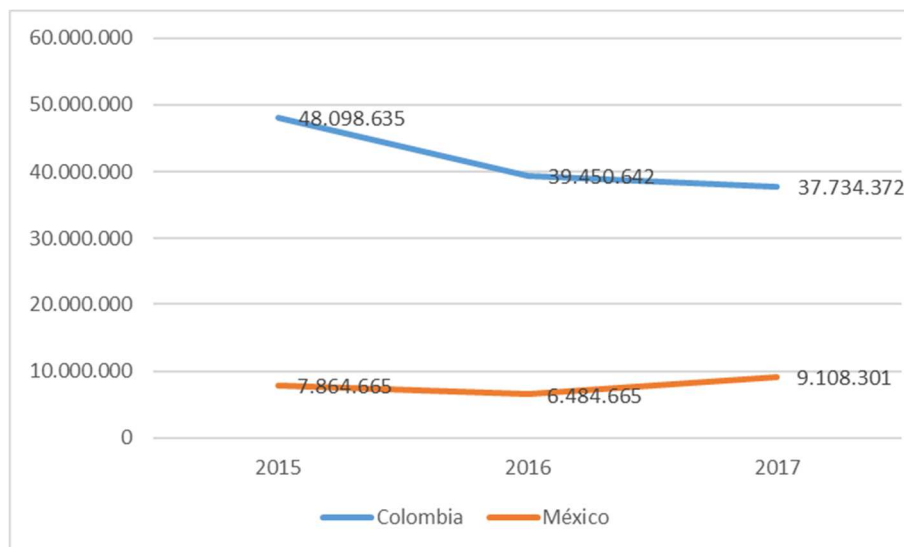


Figura 12. Balanza Comercial entre Colombia y México para los capítulos 61 y 62 (USD). Portal Santander Trade (2017).

13.4 Cultura de Negocios en México

13.4.1 Normas de cortesía.

Las tarjetas de visita se deberían intercambiar al inicio de la reunión inicial. Es aconsejable que contengan sus calificaciones profesionales y educativas. En caso de destinarlas a una contraparte de empresa multinacional, sería recomendado que las mismas contengan su presentación en idioma inglés. Espere contestar a preguntas sobre sus antecedentes personales, familiares y los intereses vitales. No se apresure en validarse personalmente. (s.f.).

Es importante llegar temprano a las reuniones Las citas de negocios, se debe reconfirmar loas citas por lo menos una semana antes.

13.4.2 Perfil del consumidor mexicano.

El comportamiento del consumidor ha evolucionado con el tiempo conforme el país se ha vuelto más rico. Si bien el poder adquisitivo de los consumidores mexicanos ha crecido, cada vez tienen menos tiempo. Debido a esto, muchos buscan productos de buena calidad que les permita ahorrar tiempo y dinero. El mexicano suele buscar una experiencia del servicio al cliente personalizado y más que el costo- beneficio, ellos buscan comodidad (Export Entreprises SA, 2018).

13.5 Análisis ciudad objetivo.

Ciudad de México, es el segundo estado con mejor ingreso trimestral por hogar con “3.479” USD después de Nuevo León con “4.305 USD”. De acuerdo con el Grupo Financiero Banamex, su PIB pér cápita en el año 2016, de igual manera es el segundo con “18.453 USD” después de

Campeche que posee uno de “24.426 USD”. Esta ciudad está entre las cinco ciudades con el menor nivel de reducción de pobreza (s.f., 2018).

Tabla 15.

Ingreso promedio trimestral por hogar en dólares de Nuevo León, Ciudad de México, Sonora, Baja California y Guanajuato

Estado	Ingreso promedio trimestral por hogar (USD)
Nuevo León	4.305
Ciudad de México	3.479
Sonora	2.889
Baja California	2.833
Guanajuato	2.798

Fuente: Estos son los estados más prósperos de México. Nación123 (2018).

Tabla 16.

PIB Per cápita en dólares de Campeche, Ciudad de México, Nuevo León, Coahuila y Querétano.

Estado	PIB per cápita (USD)
Campeche	24.426
Ciudad de México	18.453
Nuevo León	14.011
Coahuila	10.943
Querétano	11.035

Fuente: Estos son los estados más prósperos de México. Nación123 (2018).

A continuación, se observan las ciudades con más escuelas y estudiantes según Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE) en México, de acuerdo con la siguiente tabla:

Tabla 17.

Estados con más escuelas y estudiantes en el Estado de México, Ciudad de México, Jalisco, Veracruz y Puebla.

Estado	Estudiantes	Escuelas
Estado de México	4.643.831	22.682
Ciudad México	2.476.818	9.549
Jalisco	2.340.190	15.118
Veracruz	2.177.118	23.376
Puebla	2.056.490	14.906

Fuente: Instituto Nacional para la evaluación de la educación (2017).

De acuerdo con lo anterior, Ciudad de México presenta un total de “2.476.818” de estudiantes y un total de “9.549 escuelas” (tabla), las cuales 4,740 son públicas 4,809 son privadas según el informe de las principales cifras de educación del país (pp. 30). Ciudad de México sería la opción más viable para la comercialización de uniformes, al ser el centro político y económico del país. También es una de las ciudades con mayor capacidad de adquisitiva, genera una ventaja en cuanto a la compra de uniformes por parte de los padres a sus hijos, de igual manera la alta población de estudiantes y número de escuelas comprende la oportunidad de acoger un nicho de mercado importante para la venta de artículos.

13.5.1 Sistema Educativo ciudad objetivo.

La educación Básica es gratuita y obligatoria para todos los niveles y se encuentra dividida en educación preescolar, primaria (al terminar este nivel se obtiene un certificado que permite el acceso a la educación secundaria. La educación Media Superior comprende: el Bachiller general, tecnológico y técnico (Gobierno de México).



Imagen 2. Sistema Escolar Mexicano. Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (2015).

13.5.2 Secretaría de educación Pública.

Se encuentra ubicada en la ciudad de México, es un organismo de alcance nacional, creado el 25 de septiembre de 1921 y su misión es crear las condiciones que permitan asegurar el acceso de todas las mexicanas y mexicanos a una educación de calidad, en el nivel y modalidad que la requieran y en el lugar donde la demanden (Chuayffet, 2018).

13.5.3 Calendario escolar según la Secretaría de educación Pública.

Calendario de 185 días para la Educación Básica, está vigente para escuelas públicas y particulares incorporadas al Sistema Educativo Nacional; inicia el próximo 20 de agosto y

concluye el 24 de junio de 2019. Los estudiantes tienen recesiones en los meses de diciembre, enero y abril (Gobierno de México).

Calendario de 195 días para la Educación Básica, vigente para las escuelas públicas y particulares incorporadas al Sistema Educativo Nacional; comienza el 20 de agosto y termina el 8 de julio del siguiente año. Las mesas directivas de cada escuela deciden el calendario que desean incorporar a cada escuela (Gobierno de México).

13.5.4 Temporada compra de uniformes.

Partiendo de la información anterior la temporada de compras de uniformes abarcan los meses de junio, julio y agosto. Muchas ferias comienzan en el mes de agosto, como por ejemplo de la Feria de regreso a clases, en la cual se ofertan uniformes y útiles escolares (Sánchez, 2018).

13.5.5 Uniformes Escolares.

En la primaria los niños visten pantalón gris, camisa blanca con cuadrado y suéter, las niñas con falda escocesa o jumper, camisa blanca con un moño en el cuello, suéter y medias blancas hasta las rodillas. En México existen dos tipos de secundarias, están las normales y las técnicas, los alumnos visten con chaleco, camisa blanca con cuello cuadrado y pantalón gris y las alumnas visten con chaleco, camisa blanca con cuello cuadrado y falda de cuadros (Academic).



Imagen 3. Uniformes escolares en México. Josanz (2015).

13.6 Competidores

13.6.1 Manufacturas México.

Empresa de confecciones que cuenta con 50 años de experiencia, abarcando la mayoría de ciudades a nivel nacional, distribuyen y realizan maquilas de acuerdo a las necesidades del cliente (Manufacturas México, 2018).

13.6.2 2Imagen Uniformes.

Es una empresa especializada en diseño, confección, distribución y comercialización de uniformes escolares para colegios particulares en la Ciudad de México. En sus tiendas lo padres pueden adquirir uniformes durante todo el ciclo escolar, también realizan ventas al mayoreo. Tiene una opción para que clientes contacten a la empresa, si desean comercializar los uniformes en partes donde esta no tiene cobertura (2Imagen de Uniformes, 2018).

13.6.3 Pesa Uniformes.

Proveedor de más de 30 colegios, la mayoría en la ciudad de Monterrey. Cuenta con una estructura web similar de la página de Caracolitos, donde se observan los colegios, precios y tallas que maneja la empresa (Pesa Uniformes, 2018).

13.7 Precios Caracolitos

Los siguientes uniformes pertenecen al Colegio Nueva Granada, colegio ubicado en la ciudad de Bogotá, estos son los precios establecidos por la empresa Caracolitos para su comercialización.



Camisa Polo Unisex Talla S	Precio
Precio al Mercado	\$ 45.500

Imagen 4. Camisa polo Unisex. Caracolitos (2018).



Falda Talla S	Precio
Precio al Mercado	\$ 57.700

Imagen 5. Falda talla S. Caracolitos (2018).

13.7.1 Precio Caracolitos vs Competencia.

La tabla (16), muestra los precios establecidos al público en la página web de Caracolitos: www.caracolitos.com y la página web de Pesa Uniformes: uniformes.com.mx, precios en

dólares según una tasa representativa de mercado de 3090,30. También se estableció un precio sin IVA para la exportación, por lo cual se aprecia una ventaja competitiva de los uniformes de Caracolitos frente a los uniformes de Pesa.

Tabla 18.

Precios de la empresa Caracolitos y Pesa uniformes

Falda escocesa Talla S		Camisa polo unisex Talla S	
		Con IVA 18,65 USD	
		Sin IVA 15,10 USD	Con IVA 14,72 USD
			Sin IVA 11,92 USD
<i>Fuente: Caracolitos.com (2018).</i>			
		Con IVA 31,01 USD	
		Sin IVA 26,04 USD	Con IVA 18,75 USD
			Sin IVA 15,75 USD

Nota: Estos precios se determinaron de acuerdo a la Tasa Representativa de Mercado del día 10 de octubre de 2018(3,090.30).

13.8 Rutas Marítimas y aéreas

De acuerdo con el informe generado por Procolombia en su sección de “Rutas y Tarifas”, Por medio marítimo, la ruta con el menor número de días para el tránsito de mercancía de Colombia a México es del puerto de Cartagena hasta el puerto de Altamira y Veracruz, con las siguientes líneas Navieras: Cma-cmg Colombia, Hapag Lloyd Colombia Ltda y Mediterranean Shipping Co.Col s.a. las conexiones son directas y el contenedor es de 20 pies para carga general.. Evaluando los costos el valor de la tarifa hasta Veracruz esta es de 400 USD y la tarifa más económica es de Cartagena- Altamira por un valor de 220 USD.

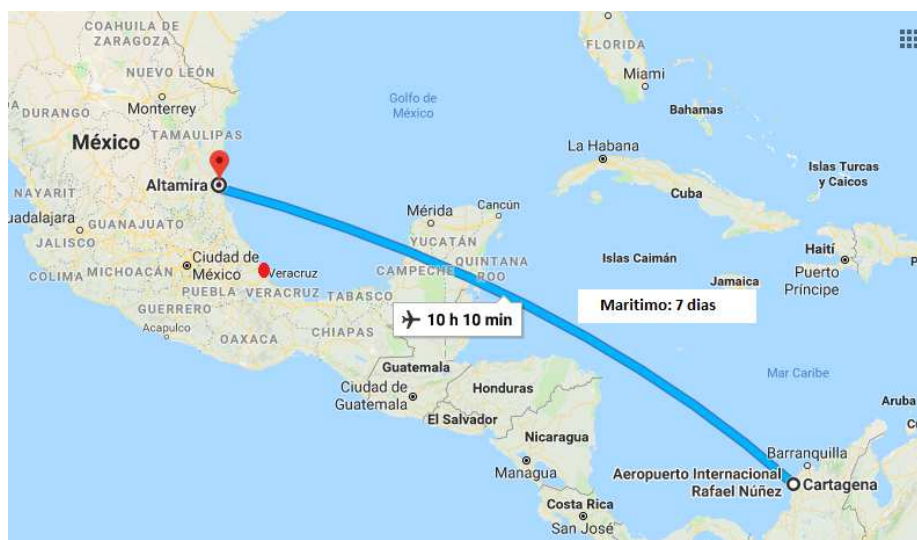


Imagen 6. Ruta Área y Marítima, Puerto de Cartagena a Altamira. Google maps (2018).

Por vía aérea, según Procolombia DHL Aviation Cargo, Aeroméxico y American Airlines, son las empresas encargadas de realizar operaciones de tránsito internacional de mercancías de Bogotá hasta Ciudad de México, con frecuencia de lunes a domingo, las tarifas se determinan dependiendo del peso y volumen de la caja.

Actualmente Procolombia, cuenta con Alianzas de Transporte con Empresas Courier, ofreciendo un tratamiento preferencial en los servicios que ofrece el transportador, Los descuentos especiales que han acordado, oscilan entre el 25% y el 35% de las tarifas plenas que aplican las empresas “Courier” como Deprisa, Servientrega, FedEx, Copa Airlines, DHL Express, Coordinadora, UPS y 4-72 en el envío de documentos, paquetes, exportaciones pequeñas y/ o muestras sin valor comercial en condiciones normales (Procolombia, 2018).

13.9 Matriz de costos

13.9.1 Valor ExWorks (EXW) de la mercancía y transporte nacional.

Para la realización de la matriz de costos para la exportación de uniformes, inicialmente se tomó el precio de venta sin IVA de una camisa polo talla S expuesto en la tabla (16), y los costos se determinaron si se tratara de un pedido de 10000 de estas camisas hacia México por un valor de “119200” USD sin que la mercancía este empacada en cajas. Teniendo en cuenta que las camisas se empacan de a 60 unidades en cajas con dimensiones de 55 de largo* 42 cm de ancho * 34cm de alto; el total de las cajas es de 167, el peso bruto de la mercancía es de de 2500 kg y el precio, realizando un precio costeo del valor de las cajas y rótulos daría un total de “119755” USD valor EXW.

Teniendo en consideración la ruta marítima más conveniente según la imagen (8), se

determinaron los costos de transporte de la empresa al puerto de Cartagena. Realizando una suma el flete terrestre, descargue en el puerto, bodega y cargue en el barco, las formalidades aduaneras y seguro a la mercancía, este dio un total de “1.722” USD.

A continuación, se muestra una tabla con cada uno de los procedimientos que se tuvieron en cuenta para determinar los costos del transporte interno y el precio EXW de la mercancía.

Tabla 19.

Matriz de costos nacionales para las exportaciones de camisas polo hacia México.

INFORMACION BASICA DEL PRODUCTO Y COSTO DE EMPAQUE			
I Producto, nombre técnico ó comercial	Camiseta Polo Talla S	TOTAL	TOTAL
II Posición arancelaria país exportador	6109.90.90.00		
II Posición arancelaria país importador	6109.90		
Valor por unidad sin empaque ni fletes promedio	11,92		11,92
# Unid Pedido Enviado por el cliente	10000		10000
III Unidad comercial de venta	60 un * caja		
Unidades por caja según pedido solicitado	60		
<u>Unidades por caja que se debe solicitar</u>	10000		10000
IV Valor total EXW de la exportación sin empaque en caja	715,20		715,20
Pedido total en cajas	166,67		166,67
<u>Pedido total en cajas (cupo completo de caja)</u>	166,67		166,67
V Valor total EXW de la exportación sin empaque en caja	119.200,00		119.200,00
VI Dimensiones de la caja en metros	0,55x0,42x0,34		
Metros cúbicos por caja	0,0786	Peso total	0,0786
Peso en Kilos por caja	15	2.500	
Costo caja	8500		
Costo de la caja \$/unidad	\$ 141,67		
Costo de la caja USD/unidad	0,047		
Otros; Rótulos, Zuncho etc.	0,01		
<u>TOTAL Empaque por prenda en USD</u>	0,06		
Costo Cajas (8500 * # cajas)	1.416.667		
Costo Otros (30*#unidades)	300.000		
Total costos empaque (tot unidades - COP)	1.716.667		
Costo empaque / Unid en COP	172		
Total costos empaque (tot unidades - USd)	572,22 USD		
Total costos empaque (por unidad - USd)	0,057	10,000	\$ 1.716.666,67
TRANSPORTE BOGOTA A PUERTO-CARTAGENA (1062.8 km)			
I Transporte de Fabrica Caracolitos			
M3 total	13,10		13,10
Peso en Kg Total	2500		2.500
Hasta 3TON			1.530.000
Transporte Bogota- Cartagena			
Transporte Bogota-Cartagena por caja	9.180	167	9.180
Transporte Bogota-Cartagena por prenda. Pesos\$	153	60	
<u>Transporte Bogota-Cartagena por prenda. USD</u>	0,05		10.000
II Descargue en puerto, bodegaje y cargue en el barco			
145.000 * 1H			
Costo estimado en Transmares	200.000		200.000
% de repartición por volumen	100%		100%
Costo por caja	1.197,60	167	
Costo descargue, bodegaje y manipulación en puerto USD/ prenda	0,01		10.000
III Agenciamiento Aduanero			
Agenciamiento Aduanero por caja	4.560		760.000
Agenciamiento Aduanero por unidad \$	76		76
Agenciamiento Aduanero por unidad USD	0,03		0,03
IV Seguros		EXW	
0,30% Tasa de 0,3% mínimo 80 USD	357,60	119.200	357,6
% costo	100,0%		100%
80,00 Tasa de seguro mínima	80,00		80,00
Costo total del seguro	357,60		357,60
Costo del seguro por prenda USD	0,04		0,04
			20.000,06
Total costo por prenda USD	0,18		20.000,06
	10.000,00	1.759,68	1.759,68
			TOTAL FOB
			120.959,7

TRANSPORTE DE PUERTO DE CARTAGENA A PUERTO DE ALTAMIRA				
I Flete Marítimo , BAF, BL, EBS				
M3 total		13,10		-
Peso en Kg Total		2500		
Transporte Cartagena-México por caja		320	166,7	960.000
Transporte Cartagena-México por prenda. Pesos\$		96	60	5.760
		0,032		10.000
Handling, Desconsolidación, Collect fee				
Costo estimado		900.000		300
% de repartición por volumen		100%		100%
Costo por caja		5.367,69	167,7	
Costo descargue, bodegaje y manipulación en puerto USD/ prenda		0,03		10.000
Agenciamiento Aduanero				
Agenciamiento Aduanero por caja		5.964		1.000.000
Agenciamiento Aduanero por unidad \$		99		100
Agenciamiento Aduanero por unidad USD		0,03		0,03
Poliza				
			FOB	
0,3% Tasa de 0,3% mínimo 80 USD		362,88	120.960	362,9
% costo		0,0%		0%
Costo total del seguro		362,88		362,88
Costo del seguro por prenda USD		0,04		0,04
		1.000.000		
Flete Terrestre 3 TON				
		250	\$	750.000,00
Distancia	Km		Galones	Galon por precio gasonlina
Altamira- Ciudad de México	504,61		46,7	180,1
Valor FOB	120.959,7			
Valor Flete	320,0			
Valor Seguro	362,9			
TOTAL CIF	121.642,6			
Impuestos				
Arancel	0%			
IVA%	16%			
Total Impuestos	19.314,0			
Total valor CIF		121.642,6		
Impuestos		19.314		
Agenciamiento Aduanero		331,3		
Flete Terrestre		250,0		
		VALOR DDP	141.537,9	
	10.000		14,2	Precio x prenda

Nota: Fuente. Propia (2018). Para la realización de esta matriz se utilizó una Tasa Representativa de Mercado del 10 de octubre de 2018(3,090.30).

13.9.2 Costo transporte Internacional.

De acuerdo con la calculadora automática de cajas, esta especifica que en un contenedor de 20 ft podrían meterse alrededor de “392 cajas” Winnergo (2018), con las dimensiones anteriormente mencionadas, por cual este sería el contenedor más conveniente, puesto que hay un total 167 cajas. Sin embargo, la tarifa del flete marítimo se determina a partir de la modalidad Less Container Load (LCL), debido a que no se llenaría completamente el contenedor y este presenta un valor mínimo de 290 USD y máximo de 320 USD World Freight Rates (2018).

La siguiente tabla muestra el valor Delivered Duty Paid (DDP) de la mercancía, realizando una sumatoria de los costos nacionales e internacionales de un régimen de exportación definitiva Portal Santander Trade (2018).

Tabla 20.

Matriz de costos internacionales para las exportaciones de camisas polo hacia México.

Tipo de gastos	Valores	Incoterm
Valor de la mercancía	119200	Salida de la fábrica (EXW)
Coste de carga de la mercancía y transporte interior (de la fábrica al puerto o al aeropuerto)	510	
Coste fijo de las formalidades aduaneras de exportación	253	
Coste de manipulación (carga del avión, el barco o el camión en caso de consolidado) en terminal de origen	66	
Franco a bordo / Franco transportista	120029	FOB / FCA
Coste total del transporte principal (aéreo, marítimo, terrestre)	320	
Coste del seguro sobre el flete principal	363	
Coste, seguro y flete	120712	CIF
Coste de manipulación (descarga del avión, el barco o el camión en caso de consolidado en terminal de destino)	298	
Aranceles	0 %	0
Impuestos a la importación	16 %	19313.92
Coste de las formalidades aduaneras de importación (tasa fija)	331	
Coste del transporte interior en destino (del puerto/aeropuerto hacia el comprador)	250	
Entregada Derechos Pagados	140904.9	DDP

Nota: Fuente. Portal Santander Trade (2018). Para la realización de esta matriz se utilizó una Tasa Representativa de Mercado del 10 de octubre de 2018 (3,090.30).

De acuerdo con la Tabla (20), realizando una aproximación de costos, la exportación daría un valor total de “141.557 USD”, dividiendo este valor con las 10.000 unidades, cada prenda tendría un valor de 14,1 USD, presentando una ventaja competitiva con respecto al valor de “18,7 USD” de una camisa de la empresa Pesa Uniformes Tabla (18). No obstante, el valor de la prenda podría aumentar, dependiendo del canal de distribución que se utilice para la comercialización de las prendas.

13.10 Canales de distribución de uniformes escolares

Los canales de distribución más comunes para la comercialización de uniformes en México, son mediante la venta directa en tiendas ubicadas en puntos estratégicos de la ciudad, en el caso de la Ciudad de México, estos se encuentran ubicados en el centro (Google maps, 2018). También se encuentran distribuidores de uniformes que abastecen estas tiendas.

Se evidencian proveedores de uniformes que tienen consensos con colegios con es el caso

de Green Tag, el cual es el único distribuidor autorizado para la comercialización de uniformes, este cuenta con sucursales ubicadas en la Ciudad de México, Aguascalientes, Guadalajara, Monterrey, Puebla y Toluca. Algunos Colegios vinculados con este proveedor en la Ciudad de México son: Colegio del Bosque, Colegio Oxford, Instituto Cumbres, Instituto Rosedal y Colegio Seyca (Green Tag, 2018).

De acuerdo a los canales de distribución anteriormente mencionados, se realizó un análisis a partir de factores como la cobertura, costos, contacto directo con el cliente y competitividad.

Tabla 21.

Los Canales de Distribución para la exportación de Uniformes Escolares

Canales de distribución	Exportación directa, consorcio con colegios privados	Contacto con Comercializadoras, Importadoras y Distribuidores	Puntos de venta Internacional
Cobertura	Cobertura media, dependiendo del número de colegios.	Cobertura alta , ya que estos distribuidores tienen clientes consolidados	Cobertura media, por ser una empresa nueva en el mercado.
Costos	Costo medio, si las ventas justifican los gastos de exportación. Se incrementa el precio del producto	Costo medio, si las ventas justifican los gastos de exportación. El precio del producto se incrementa según la comisión del distribuidor	Costo alto, ya que se deben cubrir los costos de la infraestructura y el personal, más los gastos de exportación de los uniformes. Incrementando el precio del producto.
Contacto directo con el cliente	No existe un contacto personalizado con el cliente final.	No existe un contacto directo con el cliente final.	Existe un contacto directo y personalizado con el cliente final.
Competividad	Participación media, dependiendo del número de colegios	Participación alta, ya que los distribuidores son conocidos en el mercado.	Participación media, dependiendo de la acogida del producto en el mercado.

Nota: Fuente. Propia (2018).

De acuerdo con la tabla (20) , al elegir el canal de exportación directa, la empresa debe primero realizar un viaje de prospección de mercados en la Ciudad de México, con la preparación de visitas comerciales a colegios privados que no cuentan con un proveedor exclusivo de uniformes como es el caso del colegio Holandés y el Colegio inglés Elizabeth Brock en la ciudad de México, con el fin de establecer concesiones comerciales que favorezcan

tanto a la empresa como a los integrantes que pertenecen a estos colegios.

En el contacto directo con comercializadoras, importadoras y distribuidores, se debe elegir un canal de distribución que la empresa pueda aprovechar, un ejemplo es el marketing digital o E-commerce, con la importadora Coppel.com, página que ofrece prendas de vestir para hombres, mujeres y niños. A continuación, se presenta la ficha de Coppel SA de CV, que muestra a Colombia como uno de sus principales socios comerciales (Portal Santander Trade, 2018).

Tabla 22.

Ficha detallada de Coppel SA de CV

COPPEL SA DE CV
Culiacan, Mexico

Valor total de las importaciones: ⓘ

Valor en dólares americanos: 94.744.933
Volumen en toneladas: 4.003
Número de envíos: 263

Principales países socios: COLOMBIA, CHINA, SOUTH KOREA, INDIA, BRAZIL, INDONESIA, ITALY, BELARUS, TURKEY, BANGLADESH, SPAIN, ROMANIA, USA

Nota: Fuente. Portal Santander Trade (2018).

Con respecto a las comercializadoras, existe una oportunidad para exportar a la Comercializadora México americana S de R.L de C.V, debido a que esta importa prendas de los capítulos 61 y 62, teniendo a Colombia como socio comercial como se muestra a continuación. (Postal Santander Trade, 2018).

Tabla 23.

Ficha detallada de Comercializadora México americana S de RL de CV.

COMERCIALIZADORA MEXICO AMERICANA S DE RL DE CV
Azcapotzalco, Mexico

Valor total de las importaciones: ⓘ

Valor en dólares americanos: 585.403.767
Volumen en toneladas: 65.142
Número de envíos: 295

Principales países socios: CHINA, VIETNAM, CHILE, PERU, INDIA, BANGLADESH, COLOMBIA, ITALY, TAIWAN, EGYPT, SPAIN, ISRAEL, UNITED KINGDOM, GERMANY, BELGIUM, HONG KONG, POLAND, HAITI, INDONESIA, SOUTH KOREA, PAKISTAN, CAMBODIA, THAILAND, LUXEMBOURG, SRI LANKA, MALAYSIA, PORTUGAL, NETHERLANDS, BRAZIL, FRANCE, PHILIPPINES, GREECE, DENMARK, TURKEY, USA, ARGENTINA, SWITZERLAND, CZECHIA, ECUADOR, NIGERIA, MOROCCO, CANADA, ICELAND, SLOVAKIA

Nota: Fuente. Portal Santander Trade (2018).

Con los distribuidores que abastecen las tiendas de uniformes en México, la empresa sopesaría menores riesgos en la incursión a un nuevo mercado, ya que este está consolidado, sin embargo, no hay claridad del costo- beneficio en términos de gastos de exportación dependiendo de los términos de negociación que se acuerden.

Con respecto al punto de venta internacional, la empresa al ser nueva en el mercado con llevaría a un mayor riesgo, en cuanto a las contingencias que se presenta al entrar a competir con productos fabricados en el país, en Ciudad de México existe un mercado muy competitivo para uniformes escolares, por lo cual, se deben establecer estrategias de posicionamiento y marketing.

13.11 Pasos para exportar

13.11.1 Pasos Preliminares.

Los pasos preliminares constituyen tres pasos: la actualización en el Registro Único Tributario, Revisar periodo de vigencia de firma digital en los servicios informáticos electrónicos (Certicamaras), la Actualización del Ventanilla única de Comercio Exterior y la Clasificación Arancelaria

“Es necesaria la actualización del RUT ante la Dirección de Aduanas Nacional, la veces que este organismo de control lo requiera”, de acuerdo con el decreto 390 de 2016. La revisión de la vigencia de la firma digital se debe realizar anualmente, la actualización en el VUCE se lleva a cabo cuando se inicia un proceso con un nuevo agente de aduana u operador logístico internacional y las subpartidas arancelarias, de acuerdo con las especificaciones del cliente.

13.11.2 Costeo y Cotización.

Se realiza una estimación de la cantidad de prendas, determinando los precios de exportación que tendría cada una estas, de acuerdo con el modo de transporte, lugar de arribo y el término de negociación con el cliente. De igual manera se evalúa el costo de las formalidades aduaneras, de acuerdo al país de origen y de destino. De esta manera se tiene un valor estimado del precio de producto para la exportación.

13.11.3 Contrato.

Si el cliente aprueba la cotización, se realiza una generación de muestras y la creación de códigos por tallaje y prendas, también de nuevas materias primas.

13.11.4 Pedido y Producción.

Se realiza un pedido final con el cliente, una confirmación de insumos y de la fecha final de la producción, generando una orden de venta en un software.

13.11.5 Lista de empaque y Factura comercial.

La lista de empaque contiene los códigos y el nombre comercial de la prenda y la factura comercial datos del exportador e importador, una descripción más detallada de las mercancías y las condiciones de pago.

13.11.6 Contratación del transporte.

Dependiendo del término de negociación y el modo de transporte. Si el término se hace a través del término FOB, la empresa debe cubrir el gasto de transporte hasta el puerto de exportación.

13.11.7 Declaración Jurada y Certificado de Origen.

Para la realización de estos documentos es importante tener claro el valor de la factura de venta y los costos de transporte. En el caso de la exportación hacia México, es importante realizar un certificado de origen para el acuerdo comercial de la Alianza del Pacífico y El TLC de Colombia y México.

13.11.8 Solicitud de Embarque.

La puede realizar directamente el exportador o a través de un mandato con un agente de aduanas ante la DIAN, esta se hace como embarque único, datos definitivos o provisionales, dependiendo del régimen de exportación.

13.11.9 Planilla de envío.

Cuando la mercancía llegue a la zona secundaria, que es un lugar que no están habilitados por la DIAN para el descargue de la mercancía, con este documento que expide el transportador dando autorización del control aduanero por la DIAN.

13.11.10 Desaduanamiento.

La mercancía llega a zona primaria donde la Dian ya está habilitada para ejercer control sobre la mercancía y a través de la declaración aduanera se especifica el destino de las mercancías. Se determina si el levante es automático, de no ser así se realiza un aforo de la mercancía, de manera documental física o por medios intrusivos con el fin de verificar las mercancías.

13.11.11 Autorización de embarque.

La Dian da la autorización para la salida de las mercancías del territorio aduanero nacional.

13.11.12 Generación de la Declaración de exportación.

Esta declaración la remite la DIAN automáticamente si el régimen de exportación es definitivo.

13.11.13 Reintegro de divisas.

Cuando se realiza una verificación del pago de la exportación, se verifica el pago a través del intermediario del mercado cambiario y se negocian las divisas dependiendo de la TRM de ese día. Se elabora una Declaración de cambio de exportación de bienes y una solicitud de reintegro de Divisas. Por consiguiente, el intermediario aprueba los documentos y se hace una legalización del giro.

13.11.14 Recuperación del Impuesto Valor Agregado.

Debido a que el producto de exportación no tiene IVA con el fin de que estos sean competitivos en el mercado internacional. La DIAN, a través del portal Web, permite al exportador generar

una solicitud de devolución del IVA, donde se especifica el valor de la Declaración de exportación de las Mercancías.

13.12 Documentos requeridos para la exportación

13.12.1 Declaración de Exportación.

En este formulario se estipula el monto, la naturaleza y el valor de las exportaciones a la oficina de estadísticas para su compilación de datos de comercio exterior. También es necesario para operaciones como reintegro de divisas de las exportaciones.

13.12.2 Factura comercial.

Es un documento que debe emitir la empresa Caracolitos al importador para proporcionar detalles de las prendas vendidas, condiciones de pago y condiciones comerciales. Además, se utiliza para el despacho de aduana de las mercancías y sirve de base para calcular los derechos de aduana.

13.12.3 Confirmación de seguro

Es un documento emitido por una compañía de seguros. Confirma que una póliza de seguro ha sido comprada. Cubre la pérdida o daño de barcos, carga, terminales y cualquier transporte o carga por el cual se transfiera, adquiera o retenga la propiedad entre los puntos de origen y destino final. }

13.12.4 Lista de empaque.

Emitido por la empresa para proporcionar los detalles sobre el envío, como el número de paquetes, el peso, el volumen y la descripción de la mercancía. Uno de los objetivos de la lista de embalaje es facilitar la inspección y el estudio del envío que comprende el envío y se incluye en la factura.

13.12.7 Transporte Aéreo.

13.12.7.1 Air Way Bill.

Es un documento que proporciona la liberación automática de carga a un consignatario designado. Es un recibo de bienes, pero no un instrumento negociable y es una prueba del contrato de transporte. El uso de la hoja de ruta no afecta los términos del transporte y los términos del transporte pueden diferir según las políticas de los transportistas (IMF Business School).

13.13 Definición del Incoterm para la exportación

13.13.1 Simulador Procolombia.

Dependiendo de los términos de negociación con el cliente, el modo de transporte acordado, Procolombia mediante preguntas puntuales como: ¿Usted entregará la carga en su fábrica? O ¿Qué tipo de carga maneja?, permite identificar el INCOTERM idóneo para llevar a cabo el proceso de exportación.

Tabla 24.

Incoterms para transporte Terrestre y Aéreo

EXW: Cuando la mercancía se entrega en fábrica ya sea un taller, almacén, cualquier lugar de recepción de las mercancías.

FCA: Cuando el principal modo de transporte es terrestre.

CPT: El costo de flete internacional es por cuenta del exportador.

CIP: El exportador paga el costo de flete y se incluye una póliza de seguro hasta el punto de entrega.

DAP: Se incluye el costo de flete y seguro y el exportador debe pagar por los movimientos aeroportuarios, terminales terrestres en destino.

DAT: Incluye el costo de flete y seguro y el exportador debe pagar por los movimientos aeroportuarios, terminales terrestres en destino y debe entregar en la terminal (aeropuerto, bodega de contenedores).

DDP: El exportador paga los movimientos aeroportuarios, terminales terrestres en destino y las formalidades aduaneras

Nota: Fuente. Simulador Procolombia (2018).

Tabla 25.

Incoterms para transporte Marítimo.

FAS Y FOB: Se utiliza FAS cuando la carga es a granel y cuando la carga es consolidada o en contenedor, y la mercancía es entregada a bordo del buque por el exportador.

CFR Y CIF: El costo del flete internacional corre por cuenta del exportador y debe cubrir el riesgo de pérdida o daño a la mercancía cuando está a bordo del buque en el caso del CFR y del CIF, el exportador contrata la cobertura de seguro contra el riesgo del comprador de pérdida o daño a la mercancía durante el transporte.

Nota: Fuente. Simulador Procolombia (2018).

13.14 Requisitos para la importación de textiles en México

13.14.1 Organismos de control.

Secretaría de Economía, Secretaría de Ingreso y Crédito Público y Servicios de Administración Tributaria

El importador debe realizar una inscripción en el padrón de importadores que es uno de los principales requisitos que Aduanas exige para realizar este tipo de operaciones comerciales. El registro es actualmente un trámite sencillo y gratuito, el cual se realiza mediante el llenado de una Solicitud electrónica dentro de la página web del Servicios de Administración Tributaria. Por otro lado, Secretaría Económica establece un permiso automático de importación de productos textiles con el fin de tener de manera anticipada a nivel de fracción arancelaria e identificación de las mercancías (Proméxico, 2018).

13.14.2 Requisitos para la exportación de textiles a México.

La Secretaría Económica requiere de la expedición del certificado de origen de textiles, de acuerdo a la desgravación arancelaria establecida para ambos países. Secretaría y Crédito Público requiere etiquetado en los productos, estas deben contener: los nombres del fabricante y del importador, la descripción de los componentes y advertencias de riesgos, de acuerdo con la NOM-050-SCFI-2004, que es la norma que establece la información general de etiquetado (Portal Santander Trade, 2018).

13.14.3 Embalaje y Etiquetado.

Los idiomas permitidos en el embalaje y etiquetado deben ser en español, aunque pueden usar expresiones de otros idiomas. Las unidades de medida autorizadas deben pertenecer al sistema métrico decimal. En el marcado de origen debe incluir la frase “Producido en



Colombia”, “Hecho en Colombia “, “Fabricado en Colombia” y se deben especificar los datos del importador y las instrucciones de lavado” (Export Entreprises SA, 2018).

Imagen 8. Etiqueta. Textiles el ensueño de México (2018).

14. Conclusiones

A partir de la elaboración del plan de comercialización para la exportación de uniformes escolares de la empresa Caracolitos analizado los resultados obtenidos, se determinaron las siguientes conclusiones:

Para seleccionar un país objetivo para exportar, es necesario realizar un análisis de los aspectos más influyentes en la investigación de mercados, en este caso, se enfatizaron variables como el índice crecimiento poblacional y la tasa de matriculación primaria. Estas variables fueron seleccionadas, ya que la segmentación de mercado para uniformes escolares está constituida por ventajas en el número de jóvenes y niños que habitan en este país, por lo cual, no sería rentable incursionar en un mercado con una población envejecida y con una reducida tasa de estudiantes matriculados en los colegios. De igual manera, el tamaño de mercado de estudiantes en instituciones públicas y privadas y el uso de uniformes escolares fueron factores claves para la selección del mercado objetivo, en vista de que entre más grande sea un mercado mejor es el aprovechamiento de las oportunidades para la venta, con el conocimiento del uso general de los uniformes.

Los porcentajes y las calificaciones en la tabla de ponderación de ranking de factores, se concedieron conforme al avance de la investigación, a medida que se identificaban las variables para la definición del país, dando como resultado la selección de México como mercado objetivo. Siendo este un país estable económicamente, y con una población importante. En el ámbito logístico, posee una infraestructura vial y portuaria accesible y especializada para las operaciones de comercio exterior.

El plan de exportación nos ofrece un panorama general del mercado interno en México y las acciones y medias necesarias para llevar a cabo una exportación exitosa. Asimismo, es importante tener en cuenta que para incursionar los productos de forma legal a un país existen ciertas normas, restricciones y trámites arancelarios. Con México, la empresa tiene la ventaja de pagar 0% de aranceles en la exportación, y el IVA en este país, es menor en comparación del impuesto valor agregado en los productos colombianos.

Elaborar adecuadamente el plan de exportación no solo beneficia a la empresa desde un

punto de vista logístico, también le permite evaluarse a sí misma, generando mayor participación y conciencia comercial. De acuerdo con la matriz de costos elaborada para este estudio, se determinó la viabilidad en la exportación de uniformes escolares, debido a la diferencia de precios al mercado entre la empresa Caracolitos y Pesa uniformes.

15. Referencias

- Academic. (2017). Recuperado de <http://www.esacademic.com/dic.nsf/eswiki/1183328>.
- Actividades Económicas (2018). Actividades económicas de Perú. Recuperado de <https://www.actividadeseconomicas.org/2017/07/actividades-economicas-de-peru.html>.
- Acuerdo de Complementación Económica N° 72. ACE-72, Col- Arg- Br- Py- Uy (21 de julio de 2017). Recuperado de http://www.tlc.gov.co/publicaciones/13228/acuerdo_de_complementacion_economica_n_72_ace-72.
- Acuerdo de Libre Comercio Chile-Colombia, Col- Cl (27 de noviembre de 2006). Recuperado de http://www.mincit.gov.co/tlc/publicaciones/11952/acuerdo_de_libre_comercio_chile-colombia.
- Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Estados Unidos de América, Col- Eua (15 de mayo de 2015). Recuperado de http://www.tlc.gov.co/publicaciones/14853/acuerdo_de_promocion_comercial_entre_la_republica_de_colombia_y_estados_unidos_de_america.
- Aguirre, G. (2015, julio 16). El bono demográfico en América Latina: El efecto económico de los cambios en la estructura por edad de una población. Recuperado de <https://ccp.ucr.ac.cr/psm/13-2-8/13-2-8.html>.
- AJG Simoes, CA Hidalgo. (2016). The Economic Complexity Observatory: An Analytical Tool for Understanding the Dynamics of Economic Development. Recuperado de <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/arg/>.
- Alonso, C., Göpel, C. (2018, enero 17). Chile cierra 2017 como el segundo país de la región con la menor inflación. *LT Pulso*. Recuperado de <http://www.pulso.cl/economia-dinero/chile-cierra-2017-segundo-pais-la-region-la-menor-inflacion/>.
- Application programming interface.(2018) World Bank Finances API [Software de aplicación] . Washington D. C: API.
- Arango,N. (2015). *Estudio de Inteligencia de Mercados para Identificar la Viabilidad de que la Comercializadora Internacional Roser & Ruiz ingrese en el mercado de Cervezas Artesanales en Colombia*. (Tesis de Maestría, Institución universitaria Esumer). Recuperado

de:

<http://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/ESUMER/120/1/Roser%20y%20Ruiz%2C%20trabajo%20de%20grado%20final%20copia.pdf>.

Arteaga, A. (2 de mayo de 2018). Los estados que más y menos crecieron (\$) en 2017. [Entrada de blog]. Recuperado de https://www.huffingtonpost.com.mx/2018/04/30/estados-mas-y-menos-crecieron-2017_a_23423683/.

Banco Mundial (2017). Población rural (% de la población total). [Figura 4]. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.RUR.TOTL.ZS>.

Banco Mundial (2017). Tasa de Matriculación primaria. [Figura 5]. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/tema/educacion>.

Campaña Latinoamericana por el Derecho a la Educación. Educación para todos y todas en América Latina y el Caribe. Recuperado de file:///C:/Users/ES1-131/Downloads/clade_informeept_web.pdf.

Caracolitos Uniformes. 30 años de experiencia, Misión. Recuperado de <http://www.caracolitos.com/quienes.php> Nomenclatura.

Caracolitos Uniformes. 30 años de experiencia, Quienes Somos. Recuperado de <http://www.caracolitos.com/quienes.php> Nomenclatura.

Caracolitos Uniformes. 30 años de experiencia, Visión. Recuperado de <http://www.caracolitos.com/quienes.php> Nomenclatura.

Centro Latinoamericano de Demografía para la Comisión Económica para América Latina. Adolescencia y Juventud en América Latina y el Caribe problemas, oportunidades y desafíos en el comienzo de un nuevo siglo. Recuperado de <http://www4.congreso.gob.pe/historico/cip/materiales/adolescente/adolescencia-juventud-AmLat-caribe.pdf>.

Cepal (s.f). Recuperado de https://www.cepal.org/sites/default/files/def_ind.pdf.

Cepal: Hacia 2060 la región tendrá 25% más de habitantes, con más adultos mayores que menores de 20 años. (2015, octubre 7). Cepal Organization. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/comunicados/cepal-2060-la-region-tendra-25-mas-habitantes-mas-adultos-mayores-que-menores-20-anos>.

Cepalstat Bases de Datos y Publicaciones Estadísticas (2017). Perfil Nacional Socio-Demográfico de Guatemala. Recuperado de http://estadisticas.cepal.org/cepalstat/Perfil_Nacional_Social.html?pais=GTM&idioma=spanish.

- Cepalstat Bases de Datos y Publicaciones Estadísticas (2017). Perfil Nacional Socio-Demográfico de Bolivia. Recuperado de http://estadisticas.cepal.org/cepalstat/Perfil_Nacional_Social.html?pais=BOL&idioma=spanish.
- Chuayffet, E. Secretaría de Educación Pública. Excelsior. Recuperado de <https://www.excelsior.com.mx/topico/secretaria-de-educacion-publica>.
- Clasificación de las economías (s.f.). Recuperado de <http://espanol.doingbusiness.org/es/rankings?incomeGroup=high-income>.
- Colombia gana pleito jurídico ante Panamá en la OMC. (2018, octubre 05). EFE. Recuperado de: <https://www.efe.com/efe/america/economia/panama-apelara-el-fallo-de-la-omc-a-favor-colombia-por-aranceles/20000011-3772444>.
- Comercio y Aduanas (2013, septiembre 6). Documentos de embarque. Recuperado de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterms2010/documentos-de-embarque/>.
- Como dijo Pamela Sánchez, ciudadana de la ciudad de México sobre el uso de uniformes escolares en este país. (Comunicación personal, octubre 5 de 2018).
- Como dijo Pamela Sánchez, ciudadana de la ciudad de México sobre la temporada de compras de uniformes. (Comunicación personal, octubre 5 de 2018).
- Comunidad Andina, Col- Pe- Ec (26 de mayo de 1969). Recuperado de http://www.tlc.gov.co/publicaciones/37060/acceso_a_mercados.
- Consulta el Calendario Escolar para el Ciclo Escolar 2018 – 2019. Gobierno de México. Recuperado de <https://www.gob.mx/sep/articulos/consulta-el-calendario-escolar-para-el-ciclo-escolar-2018-2019>.
- Coyuntura Económica (2018). Salario mínimo en Estados Unidos, España y Latinoamérica para 2018. Recuperado de <https://coyunturaeconomica.com/salario/salario-minimo-2018>.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (18 de julio de 2017). [Boletín Técnico]. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/educacion/bol_EDUC_16.pd.
- Descripción del sistema Educativo en Estados Unidos (s.f.). Recuperado de <https://www.mecd.gob.es/eeuu/dms/consejerias-exteriores/eeuu/estudiar-en-estados-unidos/descripci-n-del-sistema-educativo-de-estadosunidos/descripci%c3%93n%20del%20sistema%20educativo%20de%20estados%20unidos.pdf>.

- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (2018). Perfil de la mercancía. Por código de <https://salidademercancias.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces>.
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (2018). Perfil de la mercancía. Por código de Nomenclatura. Recuperado de <https://salidademercancias.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces>.
- Educación 2020. (2014, abril 14). Chile logra gran parte de las metas, pero persiste la desigualdad educativa. *UNESCO*. Recuperado de <http://educacion2020.cl/noticias/informe-unesco-chile-logra-gran-parte-de-las-metas-pero-persiste-la-desigualdad-educativa/>.
- El Tiempo (2017). En salario mínimo, Colombia está en la parte baja de la tabla regional [Gráfico 8]. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/salario-minimo-de-colombia-frente-a-otros-paises-de-america-latina-153234>.
- Esperanza de vida en Chile iguala a la de Canadá: 80 años. (2017, octubre 3). *América economía*. Recuperado de <https://www.americaeconomia.com/politica-sociedad/sociedad/esperanza-de-vida-en-chile-igual-a-la-de-canada-80-anos>.
- Estados y capitales de México (s.f.). Recuperado de <https://www.paratodomexico.com/estados-de-mexico/index.html>.
- Estos son los estados que tienen más y menos ingresos (s.f.). Recuperado de <http://www.nacion321.com/ciudadanos/estos-son-los-estados-que-tienen-mas-y-menos-ingresos>.
- Export Entreprises SA, (2016). Flujos de Import o Export. [Figura 2]. Recuperado de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/flujos-import-export>.
- Export Entreprises SA, (2016). Flujos de Import o Export. [Figura 3]. Recuperado de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/flujos-import-export>.
- Export Entreprises SA, (2016). Mercados potenciales. [Figura 1]. Recuperado de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/mercados-potenciales>.
- Export Entreprises SA, (2018). México: llegar consumidor. Recuperado de https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/mexico/llegar-al-consumidor?accepter_cookies=oui&&actualiser_id_banque=oui&id_banque=0.
- Export Entreprises SA. (2018). Reglas de embalaje y etiquetado en México. Portal Trade Santander. Recuperado de <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/mexico/empaques-y-nomas>.

- Fernandez. A. (2015). Este colegio de León tiene el uniforme más estiloso del mundo [Figura 14]. Recuperado de <https://smoda.elpais.com/moda/este-colegio-de-leon-tiene-el-uniforme-mas-estiloso-del-mundo/>.
- Gallardo. G. (2017, enero 27) . Las escuelas públicas podrán cambiar el guardapolvo por uniformes genéricos. *El sol*. <https://www.elsol.com.ar/las-escuelas-publicas-podran-cambiar-el-guardapolvo-por-uniformes-genericos.html>.
- GDP consultoría (s.f.). Recuperado de <http://gdpconsultoria.com/mexico-pais-facilidad-negocios-america-latina/>.
- Gómez, M. (2016, Mayo 23). Busca Colombia relación con México en el sector textil. *El Universal*. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/negocios/2016/05/23/buscacolombia-relacion-con-mexico-en-sector-textil>.
- Gonzales. T. (2017, diciembre 21). Colombia conserva los destinos de sus exportaciones textiles en 2017. *Fashion Network*. Recuperado de <https://pe.fashionnetwork.com/news/Colombia-conserva-los-destinos-de-sus-exportaciones-textiles-en-2017,904596.html#.W-IJptVKjIU>.
- Google.(2018) Google maps [Aplicación de computador] . Washington D. C: Alphabet Inc.
- Green Tag. (2018). ¿Qué es green tag?. Recuperado de <http://greentag.com.mx/>.
- Imagen de Uniformes. (2018). Home. Recuperado de <http://www.2imagenuniformes.com/>.
- IMF Business School. El Contrato de Transporte Internacional (I): Qué es y qué agentes intervienen en él [Entrada de Blog]. Recuperado de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/logistica/transportes/el-contrato-de-transporte-internacional-i-que-es-y-que-agentes-intervienen-en-el/>
- Infobae (2017). Cómo quedó el ranking latinoamericano de inflación en 2017 [Figura 10]. Recuperado de <https://www.infobae.com/america/america-latina/2018/01/11/como-queda-el-ranking-latinoamericano-de-inflacion-en-2017/>.
- Instituto Nacional de Estudios e Investigaciones Educativas Anísio Teixeira (2017). Censo escolar da educação básica 2016, Notas Estadísticas. Recuperado de http://download.inep.gov.br/educacao_basica/censo_escolar/notas_estatisticas/2017/notas_estatisticas_censo_escolar_da_educacao_basica_2016.pdf.
- K12 academics* (2018). School Uniforms in Brazil. Recuperado de <https://www.k12academics.com/School%20Uniforms/school-uniforms-brazil>.
- K12 academics* (2018). School Uniforms in México. Recuperado de <https://www.k12academics.com/School%20Uniforms/school-uniforms-mexico>.

- K12 academics* (2018). School Uniforms in United States. Recuperado de <https://www.k12academics.com/School%20Uniforms/school-uniforms-united-states>
- Las mujeres inmigrantes sostuvieron la natalidad en EE.UU. en los últimos 25 años. (2017, agosto 29). EFE. Recuperado de: <https://www.efe.com/efe/america/sociedad/las-mujeres-inmigrantes-sostuvieron-la-natalidad-en-ee-uu-los-ultimos-25-anos/20000013-3364625>.
- Legis Editores S.A., Legislación Económica S.A., Legis Información Profesional S.A. e Industrias Minerva S.A.S. (2018). [Aplicación de computador]. Colombia: Legiscomex
- Legiscomex. (2014). Cifras generales del sector textil y confecciones en los mercados nacionales e internacionales. Recuperado de: <https://www.legiscomex.com/Documentos/cifras-generales-colombia-sector-textil-confecciones-actualizacion>.
- López, O. (2018, enero 12). Consecuencias del rápido envejecimiento de la población de Brasil. América economía. Recuperado de <https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/consecuencias-del-rapido-envejecimiento-de-la-poblacion-de-brasil>.
- Los 68 productos ganadores con la Alianza del Pacífico. (2016, Abril 27). *Portafolio*. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/productos-ganan-alianza-pacifico-494871>.
- Luna, N. (2017, diciembre 5). ¿Cuál es el salario mínimo para 2017 y por qué los empresarios se oponen? *Entrepreneur*, Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/305669>.
- Manufacturas México.(2018). Acerca de Nosotros. Recuperado de http://manufacturasmexico.mex.tl/331964_Acerca-de-Nosotros.html.
- Market Analysis and Research Section, (2013). Market Analysis Tools [Software de computador]. Geneva: International Trade Centre.
- Martínez, F. (2017). El fenómeno de la deserción escolar en un contexto local: estudio de la política municipal. *DIXI*, (19). Recuperado de: <file:///C:/Users/ES1-131/Downloads/1953-4572-1-PB.pdf>.
- México se expandirá 2.2% este año: Cepal. (17 de octubre, 2018). *El Economista*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/economia/Mexico-se-expandira-2.2-este-ano-Cepal-20181017-0092.html>.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018). Acceso a Mercados. Comunidad Andina. Recuperado de http://www.tlc.gov.co/publicaciones/37060/acceso_a_mercados.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018). Perfil Económico y Comercial de países de América [Figura 8 y 9]. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones/6824/America>.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2017). Datos generales [Figura 13]. Recuperado de

http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=77310&name=OEE_espanol_Perfil_Mexico__28-08-2018.pdf&prefijo=file.

Ministerio de Educación en Perú (2016). Resultados del censo escolar 2016: matrícula, docentes y local escolar. Recuperado de http://escale.minedu.gob.pe/c/document_library/get_file?uuid=516c41d4-bab3-4156-9b3a-fda85beb0edf&groupId=10156.

Ministerio de Educación en Perú. (2005). Plan Nacional de Educación Para Todos 2005-2015, Perú, Hacia una educación de calidad con equidad. Recuperado de file:///C:/Users/ES1-131/Downloads/Plan_Nacional_EPT.pdf.

Ministerio de Hacienda y Crédito Público (27 de diciembre de 2017), Por el cual se adoptan medidas para la prevención y el control del fraude aduanero en las importaciones de fibras, hilados, tejidos, confecciones y calzado. [Decreto 2218]. Recuperado de: <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%202218%20DEL%2027%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202017.pdf>.

Mirada al sector textil Recuperado de: http://www.mincit.gov.co/tlc/publicaciones/12780/mirada_al_sector_textil.

Morales. P. (2018, Febrero 25). Uniforme escolar, un traje a la medida de los tiempos. *Revista mujer*. Recuperado de <http://www.revistamujer.cl/2018/02/25/01/contenido/uniforme-escolar-un-traje-a-la-medida-de-los-tiempos.shtml/>.

Moreno, G. (2016). Sector textil en Colombia: un análisis de las importaciones y exportaciones entre los años 2008 a 2014. (Tesis de Especialización, Universidad Militar Nueva Granada). Recuperado de: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/15243/MorenoVelasquezJuanPablo.2016.pdf.pdf;jsessionid=13A045FF7C21748E57B62F74F6F9F69F?sequence=3>.

Normativa escolar Calendario académico, horarios y uniformes (s.f.). Recuperado de <https://www.justlanded.com/espanol/Chile/Guia-Just-Landed/Educacion/Normativa-escolar>.

Organización Internacional del trabajo (2017). Informe Mundial sobre Salarios 2016/2017, La desigualdad salarial en el lugar de trabajo. Recuperado de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_541632.pdf.

- Organización Mundial del Trabajo (2017). Crecimiento anual del salario medio real, por región, 2006-2015 [Figura 7]. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/tema/educacion>.
- Oxfam International (2017). En Brasil, un trabajador que cobra salario mínimo tiene que trabajar hasta 19 años para recibir los mismos ingresos mensuales de un súper rico en el país. Recuperado de <https://www.oxfam.org/es/sala-de-prensa/notas-de-prensa/2017-09-24/en-brasil-un-trabajador-que-cobra-salario-minimo-tiene-que>.
- Pesa Uniformes. (2018). Información Comercial. Recuperado de http://uniformes.com.mx/Seccion/Informacion_Comercial.
- Portal Santander. Trade (2018). Recuperado de <https://es.portal.santandertrade.com/encontrar-socios/importadores-america-latina>.
- Procolombia. (2017). A partir de junio de 2017 las empresas colombianas podrán volver a exportar con arancel cero a Ecuador. La medida responde al desmonte total de la salvaguardia por balanza de pagos impuesta por el gobierno ecuatoriano y a las preferencias arancelarias dadas a los países miembros de la Comunidad Andina – CAN. Procolombia. Recuperado de <http://www.procolombia.co/en/actualidad-internacional/ecuador-elimina-sobretasa-arancelaria-las-importaciones>.
- Procolombia. (2018) Simulador de costos [Aplicación de computador] .Colombia: Procolombia .
- Proméxico. (2016, Marzo 5). Preguntas frecuentes sobre exportación [Entrada de Blog]. Recuperado de <https://www.gob.mx/promexico/acciones-y-programas/preguntas-frecuentes-sobre-exportacion>.
- Qué debe contener un plan de exportación?* (s.f.). Recuperado de: <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-debe-contener-un-plan-de-exportaci%C3%B3n>
- Qué es un salario mínimo?* (s.f.). Recuperado de: <https://www.ilo.org/global/topics/wages/minimum-wages/definition/lang--es/index.htm>.
- Quintana, R. (2017). La Mejora Regulatoria garantiza la apertura comercial efectiva: Ildefonso Guajardo Villarreal. Secretaría de Economía. Recuperado de <https://www.gob.mx/se/prensa/la-mejora-regulatoria-garantiza-la-apertura-comercial-efectiva-ildefonso-guajardo-villarreal?idiom=es>.
- Retos directivos. (2017). ¿Qué es y cómo elaborar una matriz de priorización? Recuperado de: <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-debe-contener-un-plan-de-exportaci%C3%B3n>.

- Rodriguez J. L. (2018). Arancel Electrónico Legis [Software de Computador]. Colombia: Legis Editores S.A.
- Secretaria de Educación en México (2017). Principales cifras sistema Educativo Nacional. Recuperado de https://www.planeacion.sep.gob.mx/Doc/estadistica_e_indicadores/principales_cifras/flash/index.html.
- Sepúlveda N. (2014, diciembre 4). Chile tiene el sistema de educación más privatizado entre los países de la OCDE. *El mostrador* Recuperado de <https://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2014/12/04/chile-tiene-el-sistema-de-educacion-mas-privatizado-entre-los-paises-de-la-ocde/?v=desktop>.
- Sistema educativo mexicano. Gobierno de México. Recuperado de <https://www.mexterior.sep.gob.mx/sisedMEX.html>.
- Spain Exchange Country Guide (s.f) Recuperado de <https://www.studycountry.com/es/guia-paises/BR-education.htm>.
- Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Costa Rica, Col- Cr (1 de agosto de 2016). Recuperado de http://www.tlc.gov.co/publicaciones/3432/tratado_de_libre_comercio_entre_colombia_y_costa_rica.
- Tratado de Libre Comercio entre la República de Colombia y Alianza del pacifico, Col –Mex- Cl (6 de junio de 2012). Recuperado de <http://www.cancilleria.gov.co/international/consensus/pacific-alliance>.
- Tratado de Libre Comercio entre la República de Colombia y el Triángulo del Norte, Col- Gt- Hn-El Salv (9 de agosto de 2007). Recuperado de http://www.tlc.gov.co/publicaciones/14515/tratado_de_libre_comercio_entre_la_republica_de_colombia_y_las_republicas_de_el_salvador_guatemala_y_honduras.
- Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Colombia, Col- Mex (19 de noviembre de 2006). Recuperado de http://www.tlc.gov.co/publicaciones/11963/tratado_de_libre_comercio_entre_los_estados_unidos_mexicanos_y_la_republica_de_colombia.
- U.S. Customs and Border Protection (2018). User fee – Merchandise Processing Fees. Recuperado de https://help.cbp.gov/app/answers/detail/a_id/334/~user-fee---merchandise-processing-fees.

- United Nations Department of Economic and Social Affairs (2018). Data Bases. Total Population. Recuperado de <http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/database/index.shtml>.
- Winnergo. (2018). Calculadora de cajas en un computador [Aplicación de computador]. China: Comercial Winner Go Ltda.
- World Freight Rates. (2018). Calculadora Flete [Aplicación de computador]. Estados Unidos: World Freight Rates.
- Ya no es obligatorio el uso de faldas como uniforme escolar en Ecuador. (2018, abril 6). *El universo*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/04/06/nota/6700594/este-jueves-ya-no-es-obligatorio-uso-faldas-como-uniforme-escolar>.
- Zapata, J. (2017). *Memoria Metodológica: Plan exportador para una Pyme Antioqueña (Dento Line Ltda.)* (Tesis de Maestría, EAFIT). Recuperado de https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11909/JorgeIvan_ZapataLamir_2017.pdf?sequence=2.