

**Calificación:** \_\_\_\_\_

**GUÍA PARA EXPORTAR TEXTILES AL ESTADO DE LA FLORIDA DE LOS  
ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA**

**Erika Juliana García Castañeda**

**Johana Andrea Valderrama Torres**

**Trabajo de grado presentado para optar a título de Profesional en Negocios  
Internacionales**

**Alejandro Jordan, Docente**

**BOGOTÁ, D.C.**

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, Y EMPRESARIALES**

**PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**2014**

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

**Presidente del Jurado**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

**BOGOTA D.C, 14 de Abril de 2014**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo queremos dedicarlo a nuestras familias que han contribuido a nuestra formación humana y profesional a lo largo de nuestras vidas, la cual no sería igual sin las enseñanzas y atenciones tanto en la universidad como por fuera; los desvelos y las dificultades nos ayudaron a ser las personas que hoy somos y que estamos a punto de culminar una muy importante etapa de nuestras vidas.

Yo quisiera hacer una dedicatoria especial a mi papá que tristemente ya no se encuentra conmigo, pero que aún así se que donde esté, esta muy orgulloso de ver que estoy por terminar una etapa muy importante en mi vida, que requirió de mucho sacrificio y que hoy se ve recompensada con la satisfacción del deber cumplido.

**Erika Juliana García Castañeda**

## **AGRADECIMIENTOS**

Queremos agradecerle a la universidad por habernos dado las herramientas necesarias para realizar el presente trabajo, y así como darnos la oportunidad de conocer diferentes aspectos que nos harán profesional integrales y nos ayudarán a enfrentarnos al mundo que nos espera después de que nos gradúemos.

Así mismo queremos agradecerle al profesor Alejandro Jordan, por habernos ayudado con este último tramo tan difícil para nosotras, sin su ayuda no habríamos logrado sacar adelante este trabajo y sentirnos orgullosas por el esfuerzo aquí reflejado.

Igualmente extendemos el agradecimiento a nuestras familias por siempre apoyarnos en estos años de universidad, y por estar siempre para nosotras, en los buenos y malos momentos.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>Resumen ejecutivo .....</b>	<b>12</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>13</b>
<b>Justificación .....</b>	<b>14</b>
<b>Objetivos .....</b>	<b>15</b>
<b>1. Planteamiento del problema .....</b>	<b>16</b>
<b>2. Análisis del entorno.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Aspectos Macro .....</b>	<b>17</b>
<b>2.1.1 Factores Generales .....</b>	<b>17</b>
<b>2.1.2 Factores Económicos.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1.3 Factores Políticos.....</b>	<b>23</b>
<b>2.1.3.1 Regulaciones.....</b>	<b>24</b>
<b>2.1.3.2 Relaciones Internacionales y Comercio Exterior</b>	
<b>(Florida).....</b>	<b>26</b>
<b>2.1.4 Factores Sociales.....</b>	<b>27</b>
<b>2.1.4.1 Idioma en Florida .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1.4.2 Moneda de Florida .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1.4.3 Religión en Florida .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1.4.4 Inversión Extranjera Directa en Florida .....</b>	<b>28</b>

2.1.5 Factores Legales .....	30
2.1.5.1 Regulaciones Legales .....	30
2.1.5.2 Comercio Exterior .....	31
2.1.5.3 Medio Ambiente .....	32
2.2 Aspectos Micro .....	34
2.2.1 Demanda .....	34
2.2.2 Oferta .....	36
3. Matriz DOFA .....	43
4. Investigación de Mercados .....	45
4.1 Problema .....	45
4.2 Objetivo de la Investigación de Mercados .....	45
4.2.1 Objetivo General .....	45
4.2.2 Objetivos Específicos .....	45
4.3 Tipo de Investigación .....	46
4.4 Técnica .....	46
4.4.1 Cualitativo .....	46
4.4.2 Diseño de Instrumento .....	47
4.4.3 Análisis de Datos .....	47
4.4.4 Conclusiones .....	47

<b>5. Estrategia de Marketing .....</b>	<b>49</b>
<b>5.1 Objetivos .....</b>	<b>49</b>
<b>5.1.1 Obejtivos de Mercadeo .....</b>	<b>49</b>
<b>5.1.2 Objetivo de Ventas .....</b>	<b>49</b>
<b>5.1.3 Objetivo de Comunicación .....</b>	<b>50</b>
<b>5.2 Producto .....</b>	<b>50</b>
<b>5.3 Precio .....</b>	<b>52</b>
<b>5.4 Distribución .....</b>	<b>53</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>61</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>62</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>64</b>



## LISTAS ESPECIALES

<b>Tabla 1.....</b>	<b>17</b>
<b>Tabla 2.....</b>	<b>21</b>
<b>Tabla 3.....</b>	<b>22</b>
<b>Tabla 4.....</b>	<b>23</b>
<b>Tabla 5 .....</b>	<b>23</b>
<b>Tabla 6 .....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 7 .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 8.....</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 9.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 10.....</b>	<b>56</b>
<b>Tabla 11.....</b>	<b>58</b>

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> .....	<b>37</b>
<b>Figura 2</b> .....	<b>39</b>
<b>Figura 3</b> .....	<b>40</b>
<b>Figura 4</b> .....	<b>51</b>
<b>Figura 5</b> .....	<b>53</b>
<b>Figura 6</b> .....	<b>59</b>
<b>Figura 7</b> .....	<b>60</b>

## LISTA DE ANEXOS

Anexo 1.....	64
--------------	----

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento muestra una guía Práctica de cómo exportar textiles a los Estados Unidos, en un contexto económico mundial cuyo ritmo de crecimiento se percibe robusto y acelerado, impulsado por factores estructurales tales como el progreso tecnológico, apertura comercial y flujos de capital, en Estados Unidos se han reflejado un creciente dinamismo y mayor participación de la industria del vestuario y textiles.

Así mismo que la ciudad región Bogotá Cundinamarca, cuenta con una gran calidad y potencial en las fibras que utiliza para producir sus textiles y que así mismo, teniendo en cuenta que tenemos un TLC vigente con los Estados Unidos y que contamos con información de la Florida tal como, que es el cuarto estado con mayor población en Estados Unidos, con 18,8 millones de habitantes, y es el tercer estado con mayor población hispana en Estados Unidos (4,2 millones de personas)

Florida es donde se creó el PC, es un centro mundial de alta tecnología, de gran crecimiento económico y uno de los Estados norteamericanos más abiertos al mundo. El Estado de la Florida tiene una fuerte implantación de empresas de alta tecnología, con más de 17,000 empresas tecnológicas, que dan empleo a 270,000 personas. El Estado de la Florida es un importantísimo centro para la tecnología, la nueva economía y el comercio exterior.

**Palabras Claves:** Tecnología, Crecimiento, Apertura comercial, Exportar, Textiles, TLC.

## INTRODUCCIÓN

Colombia se ha caracterizado por ser un país con una gran diversidad de sectores económicos activos y productivos, uno de ellos es el textil, lo cual representa una ventaja frente a otros países vecinos.

La calidad e innovación de los diseños colombianos han logrado consolidar este sector como uno de los favorables para la economía local, y así mismo el gobierno se ha encargado de impulsarlo aún mas gracias a ferias textiles como Colombiamoda.

Es por esto que aprovechando el TLC firmado con Estados Unidos, y las buenas relaciones que han tenido ambos países, se pensó desarrollar una guía donde se ilustra de forma detallada las oportunidades que se tienen en dicho país con este sector de gran crecimiento a nivel mundial.

## **JUSTIFICACIÓN**

El presente trabajo tiene como fin presentar una guía rápida y fácil de cómo exportar textiles a Estados Unidos, basándose en datos relevantes del país y en estudios de mercado que demuestran la viabilidad de llegar a cabo el proceso de exportación.

El mercado estadounidense al ser el más grande del mundo, presenta grandes ventajas y oportunidades para diferentes sectores económicos, y a su vez las estrechas relaciones con Colombia significan una gran prelación al momento de hacer negocios bilaterales.

## **OBJETIVO GENERAL**

Crear una guía de cómo exportar textiles a Estados Unidos, mediante un análisis detallado del país, identificando oportunidades en el mercado, con el fin de que sirva a los empresarios nuevos en este sector como ayuda en su proceso de internacionalización.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un análisis donde se destaquen los aspectos más relevantes de Estados Unidos, tales como política, economía, barreras arancelarias entre otras.
- Identificar las oportunidades que tienen los empresarios colombianos del sector textil en el mercado estadounidense.
- Determinar la viabilidad de hacer negocios con Estados Unidos en el marco del recientemente firmado Tratado de Libre Comercio.

# **GUIA PARA EXPORTAR TEXTILES A LOS ESTADOS UNIDOS**

## **SERVICIO DE MODA**

Diseño y producción de ropa, insumos (tela, hilos, fibras, etc)

### **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Dado que la ciudad región Bogotá Cundinamarca, cuenta con una gran calidad y potencial en las fibras que utiliza para producir sus textiles y que así mismo, teniendo en cuenta que tenemos un TLC vigente con los Estados Unidos y que contamos con información de La Florida tal como, que es el cuarto estado con mayor población en Estados Unidos, con 18,8 millones de habitantes, y es el tercer estado con mayor población hispana en Estados Unidos (4,2 millones de personas), y que además.

- La mayor parte de sus ingresos provienen del sector servicios, siendo el turismo uno de los principales aportantes.
- Las naranjas son el producto agrícola más importante de la Florida, así como toronjas, limas, mandarinas, tangelos otras frutas como las papayas, fresas y sandías, además de tomates, plátanos, coles, apio, pepinos, pimientos verdes, lechugas, patatas, judías verdes, calabaza, maíz dulce.



- Florida es líder en la producción de caña de azúcar.
- Es el segundo estado importador en Estados Unidos de metales preciosos, joyería y bisutería (9,9%), el tercero en confecciones (7,1%), Pecuario (9.8%), cuero, calzado y manufacturas (8,4%), el cuarto estado en importación de productos agrícolas (7.7%) y el quinto de agroindustria (5,6%).

Así mismo, en exportaciones, es el primer exportador de abonos con el 56,1% del total exportado por Estados Unidos y ocupa el segundo lugar en exportación de manufacturas diversas (17,9%), el tercer lugar en metales preciosos, joyería y bisutería( 16,1%) y el cuarto en confecciones (10,2%)maquinaria y equipo eléctrico (7,3%).

Hemos tomado como alternativa el exportar textiles, bien sea diseñados o solo insumos, sin olvidar que nuestro más fuerte competidor en cuestión textil es China, no solo por su fuerte posicionamiento, sino por la mano de obra más barata con que cuenta, pero nosotros también tenemos una gran ventaja y es que contamos con mayor creatividad e innovación, mayor y mejor marketing y una gran variedad de estrategias de ventas en el entorno de la moda en general.

## 2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

### 2.1. Aspectos macro

#### 2.1.1. Factores generales

**TABLA 1**

DATOS	DESCRIPCIÓN
POBLACIÓN (MILL HAB)	18,8
EXTENSIÓN TERRITORIAL Km2	139.760
PARTICIPACIÓN PIB NACIONAL	5,03%
PIB PER CAPITA (USD)	34,689
BALANZA COMERCIAL (MILL USD)	-526
IMPORTACIONES 2011 (MILL USD)	65.282
EXPORTACIONES 2011 (MILL USD)	64.756
ORIGEN DE IMPORTACIONES	China, México, Japón, Canadá, Colombia
DESTINOS DE EXPORTACIONES	Suiza, Brasil, Venezuela, Canadá, Colombia
PRINCIPALES PUERTOS DE ENTRADA (Aéreo, Marítimo y Terrestre)	Cape Canaveral Daytona Beach Port Everglades Fort Lauderdale Port of Jacksonville Key West

	Miami Seaport-Miami International Airport- Orlando International Airport
SECTORESECONOMICOS	Servicios, Comercio, Manufactura y Construcción
EMPRESAS FORTUNE 500	World Fuel Services, Publix Super Markets, Tech Data, Jabil Circuit, NextEra Energy, AutoNation, CSX, Office Depot, Darden Restaurants, Winn- Dixie Stores

Fuente: tlc.planoriginal.net

Teniendo en cuenta que La Florida es el cuarto estado con mayor población en Estados Unidos, con 18,8 millones de habitantes, y es el tercer estado con mayor población hispana en Estados Unidos (4,2 millones de personas), y que además.

- La mayor parte de sus ingresos provienen del sector servicios, siendo el turismo uno de los principales aportantes.
- Las naranjas son el producto agrícola más importante de la Florida, así como toronjas, limas, mandarinas, tangelos otras frutas como las papayas, fresas y sandías, además de tomates, plátanos, coles, apio, pepinos, pimientos verdes, lechugas, patatas, judías verdes, calabaza, maíz dulce.
- Florida es líder en la producción de caña de azúcar.

- Es el segundo estado importador en Estados Unidos de metales preciosos, joyería y bisutería (9,9%), el tercero en confecciones (7,1%), Pecuario (9.8%), cuero, calzado y manufacturas (8,4%), el cuarto estado en importación de productos agrícolas (7.7%) y el quinto de agroindustria (5,6%).

Así mismo, en exportaciones, es el primer exportador de abonos con el 56,1% del total exportado por Estados Unidos y ocupa el segundo lugar en exportación de manufacturas diversas (17,9%), el tercer lugar en metales preciosos, joyería y bisutería (16,1%) y el cuarto en confecciones (10,2%) maquinaria y equipo eléctrico (7,3%).

Hemos tomado como alternativa el exportar textiles, bien sea diseñados o solo insumos, sin olvidar que nuestro más fuerte competidor en cuestión textil es China, no solo por su fuerte posicionamiento, sino por la mano de obra más barata con que cuenta, pero nosotros también tenemos una gran ventaja y es que contamos con mayor creatividad e innovación, mayor y mejor marketing y una gran variedad de estrategias de ventas en el entorno de la moda en general.

### 2.1.2. Factores economicos

**TABLA 2**

ECONOMÍA	
Producto Interno Bruto	US\$729.485 millones
Ranking EEUU	4
% PIB nacional	5,20%
Ingreso Personal per cápita	US\$ 39.272 (anual)
Ranking EEUU	24
Desempleo	11,5% (Feb 2011)

Fuente: tlc.planoriginal.net

El estado de Florida está ubicado en el sudeste de EEUU y es una puerta de enlace para sus importaciones y exportaciones. Florida registró un PIB de US\$729.485 millones el 2009; y su economía es similar en tamaño a la de los Países Bajos. El ingreso per cápita de Florida el año 2010 fue de US\$39.272 (anual), clasificando en el lugar #26 de EEUU. Por otra parte, la economía del Estado de Florida es la cuarta economía más grande de EEUU, con un PIB proveniente fundamentalmente de tres industrias: turismo, agricultura y minería de fosfatos.

Florida es la sede del complejo turístico más grande del mundo, Walt Disney World Resort y de varios otros parques temáticos y de diversiones. El Área Agrícola de los Everglades es un importante centro de plantaciones; Florida produce alrededor del 75% de todas las naranjas que

se producen en EEUU y 40% del jugo de naranja del mundo. Florida produce el 70% del fosfato utilizado por los agricultores estadounidenses y el 20% del abastecimiento mundial de este producto. Finalmente, y como consecuencia de la Base de Cabo Cañaveral de la NASA, en Florida se ha desarrollado una pujante industria aeroespacial. Otras industrias emergentes incluyen la investigación médica y biotecnológica.

Florida es el distrito aduanero de mayor tráfico comercial con Chile y un centro comercial muy importante entre los EEUU y América Latina. Florida es el segundo estado que más exporta a Chile y el quinto estado receptor de importaciones chilenas.

**TABLA 3**

CIUDADES Y PUERTOS IMPORTANTES	
Capital	Tallahassee
Población	181.376
Otras ciudades principales y sus poblaciones	Jacksonville (821.784); Miami (399.457); Tampa (335.709); St. Petersburg (744.769)
Puertos de entrada internacionales principales	Jacksonville, Miami, Tampa, Orlando

Fuente: tlc.planoriginal.net

**TABLA 4**

IMPUESTOS	
Clima de Impuestos Comerciales (Ranking EEUU)	5
Rango de Impuestos Corporativos	5,5%
Número de subdivisiones	1
Impuesto a la propiedad (Ranking EEUU)	28
IVA estatal	6%

Fuente: tlc.planoriginal.net

### *2.1.3. Factores políticos*

**TABLA 5**

POLÍTICA	
Gobernador	Rick Scott
Partido	Republicano
Sitio Web	<a href="http://www.flgov.com/">www.flgov.com/</a>

Senadores	2 Senadores
-----------	-------------

Fuente: tlc.planoriginal.net

### 2.1.3.1. Regulaciones

- Agencias Reguladoras Federales
- Comisión de Bolsa y Valores de EE.UU.: La Comisión de Bolsa y Valores es el organismo regulador federal de las leyes de valores, y trabaja para proteger a los inversionistas y garantizar la divulgación leal para los mercados de valores de toda la información importante referente a los valores comercializados públicamente. La información del sitio incluye medidas para el cumplimiento.
- Asociación de Administradores de Valores de Norteamérica: (NASAA, por sus siglas en inglés) es una organización internacional y voluntaria dedicada a la protección del inversionista, cuya membresía la integran los administradores de valores a nivel de estado, provincia y territorios, en Estados Unidos, Puerto Rico, Canadá y México.
- Comisión Federal de Comercio: Información útil sobre asuntos del consumidor, desde el tele mercadeo hasta la privacidad en Internet, discursos, comunicados de prensa y mucho más.



- Comisión de Mercados de Futuros de Productos: (CFTC) fue creada por el Congreso en 1974 como una agencia independiente con el mandato de regular los futuros de productos y los mercados opcionales en los Estados Unidos. La agencia protege a los participantes del mercado contra la manipulación, las prácticas comerciales abusivas y el fraude.
- Departamento del Tesoro: Recomienda políticas económicas, fiscales e impositivas; funciona como agente financiero del Gobierno de los Estados Unidos; hace cumplir la ley; protege al Presidente y demás funcionarios; y fabrica monedas y divisas. Consulte las novedades en este sitio.
- Corporación Federal de Seguro de Depósitos: En este sitio se encuentra noticias sobre la industria bancaria, publicaciones del FDIC, estadísticas sobre los bancos y la actividad bancaria, regulaciones y mucho más.
- Contralor de Divisas: El OCC ya no controla la emisión de divisas de EE.UU. Es el organismo regulador financiero federal más antiguo y supervisa los bancos de la nación que están autorizados federalmente. Visite el sitio para consultar información sobre las instituciones financieras autorizadas federalmente.
- Administración Nacional de Uniones de Crédito: La NCUA es una agencia federal independiente que supervisa y asegura a 7,329 uniones de crédito federales, y asegura a 4,358 uniones de crédito autorizadas en el ámbito estatal. Los fondos de esta asociación provienen en su totalidad de las uniones de crédito y no recibe dólares provenientes de

impuestos. El sitio es una fuente útil de información sobre la industria y los asuntos de las uniones de crédito.

### **2.1.3.2. Relaciones Internacionales Y Comercio Exterior (Florida)**

Florida es donde se creó el PC, es un centro mundial de alta tecnología, de gran crecimiento económico y uno de los Estados norteamericanos más abiertos al mundo. El Estado de la Florida tiene una fuerte implantación de empresas de alta tecnología, con más de 17,000 empresas tecnológicas, que dan empleo a 270,000 personas. El Estado de la Florida es un importantísimo centro para la tecnología, la nueva economía y el comercio exterior.

El Estado de la Florida es además el centro comercial y financiero del Continente Americano y sirve de puerta de entrada a los mercados Internacionales, en particular al de Latinoamérica.

El Estado de la Florida es uno de los mayores estados y con mayor crecimiento económico de los Estados Unidos lo que implica un elevado poder adquisitivo de su población. El Estado de la Florida atrae cada año a millones de turistas.

El Estado de la Florida no sólo es uno de los más importantes de los Estados Unidos, sino también uno de los de más rápido crecimiento en términos de: población, Inversión Extranjera Directa (IED), comercio exterior, crecimiento económico, ingresos personales, empleo.

El Estado de la Florida es sede de muchas grandes corporaciones de todo el mundo, encontrando en Florida excelentes servicios, acceso a los mercados internacionales, buenos servicios financieros, conectividad, facilidad de hacer negocios y facilidades que la administración del Estado de la Florida ofrece a las empresas, tanto norteamericanas como extranjeras. Un sector importante para la economía del Estado de la Florida es la implantación de sedes corporativas de empresas

#### 2.1.4. Factores sociales

**TABLA 6**

DEMOGRÁFICO	
Población 2010	18.801.310
Ranking EEUU	4
% Población Nacional	6%
Densidad Poblacional	350,6 personas/milla cuadrada
Ranking EEUU:	10
Composición Demográfica:	Blanco (75%); Afroamericano (16%); Otro (9%)
Porcentaje Población Latino	22,5%

Fuente: [tlc.planoriginal.net](http://tlc.planoriginal.net)

#### **2.1.4.1. Idioma en Florida**

El inglés es el idioma oficial y mayoritario. Sin embargo, el spanglish o simplemente el español son de uso común en el estado de La Florida.

#### **2.1.4.2. Moneda de Florida**

La moneda de Florida es el dólar estadounidense (USD)

#### **2.1.4.3. Religión en Florida**

El 50% de la población es cristiana protestante y más del 25% son católicos. Además hay pequeñas comunidades judías, musulmanas y ortodoxas.

#### **2.1.4.4. Inversión Extranjera Directa en Florida**

La ubicación de Florida ha convertido a este estado en el centro de comercio y inversión entre América Latina y EEUU. Con su ubicación estratégica, infraestructura moderna, mano de obra bilingüe, y recursos corporativos y financieros, el estado ha sido muy exitoso en atraer inversión extranjera directa. Más de 300 sedes regionales y hemisféricas se ubican en Florida y muchas más compañías tienen en Florida sus centros de almacenaje, de manufacturas y de distribución. Florida es el octavo estado con más inversión extranjera directa de EEUU, y sexto en términos

del empleo creado por la inversión foránea. La mitad de la inversión proviene de países europeos, especialmente Alemania e Inglaterra. Japón es otra fuente importante, mientras que un 11.3% de la inversión extranjera directa tiene origen en América Latina. La mayoría de la inversión se concentra en los sectores manufacturero e inmobiliario.

No obstante, al promocionar su entorno empresarial favorable, Florida se ha convertido en un imán para las nuevas firmas de tecnología y otros pequeños negocios. El mejor ejemplo es Space Exploration Technologies, mejor conocida como SpaceX, que recientemente lanzó la primera cápsula privada a la Estación Espacial Internacional.

A medida que Estados Unidos desactiva gradualmente su programa nacional de transbordadores espaciales, Florida ha tenido que pensar rápido para mantener viva la costa espacial, invitando a las empresas privadas a utilizar su infraestructura existente y su talento calificado.

Y el impulso va más allá de la costa espacial. Fabricantes de dispositivos médicos están surgiendo en Fort Lauderdale. Fabricantes de dispositivos robóticos que atienden a empresas del sector aeroespacial y de defensa se están expandiendo en todo el estado.

Las pequeñas empresas constituyen actualmente el 75% del Producto Interno Bruto (PIB) del Estado. Uno de cada cinco exportadores nacionales tiene su sede en Florida.

Para incrementar su competitividad, Florida ha reducido las regulaciones y los impuestos empresariales. Tampoco tiene un impuesto sobre la renta personal. Próximamente, será lanzado

un portal en línea estatal donde los empresarios podrán acceder en un solo sitio a toda la información que necesitan para iniciar un negocio.

Un lastre es la elevada tasa de desempleo del estado. Pero por otra parte, eso significa una mayor fuerza laboral para los pequeños empleadores.

### ***2.1.5. Factores legales***

#### **2.1.5.1. Regulaciones Legales**

Uso restringido de hilados regionales Andinos (mediante una limitación anual de Incorporación de telas tejidas en los países andinos hechas a partir de hilos de esta región).

- Existen restricciones a la incorporación de telas tejidas y no tejidas.
- Impide que las telas de los Estados Unidos sean teñidas en los países andinos.
- Los accesorios y entretelas tienen un límite de un 25% del costo de los componentes de la confección. No obstante, el ATPDEA promueve el uso de hilados y telas de Estados Unidos, así como la confección o ensamble en los países andinos.

En el caso de materias primas como la lycra o el elastómero, existe la posibilidad de incorporarlos hasta en un 7% del peso final de la prenda. Adicionalmente, es posible incorporar nylon de México, Canadá o Israel sin que las confecciones pierdan la posibilidad de beneficiarse

del tratamiento arancelario preferencial. Todo tipo de forros incorporados en las confecciones deben ser originarios de EE.UU. Finalmente, existe la posibilidad de solicitar a Estados Unidos la identificación de insumos que no sean producidos en dicho país, para incorporarlos en una lista de poco abastecimiento con el objeto de que se permita su importación desde terceros países, sin que las prendas exportadas pierdan su condición de originarias.

Es importante recordar que el TLC permite que los certificados de origen sean diligenciados por los mismos exportadores y no por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Para los productos cobijados por el ATPA anteriormente, el procedimiento de certificación de origen sigue siendo el mismo, es decir que el Ministerio de Comercio, industria y Turismo seguirá certificando el origen.

#### **2.1.5.2. Comercio Exterior**

El mercado de prendas de vestir estadounidense está básicamente compuesto por importaciones (97% de la ropa comprada en EE.UU. es hecha fuera del país) pues la producción nacional es muy escasa.

En 2010 Estados Unidos importó US\$83,4 billones en prendas de vestir cifra 13,4% mayor a la registrada en 2009 (US\$73,6 billones) registrándose como sus principales proveedores: China, Vietnam, India, Indonesia, México y los países del Triángulo Norte (Honduras, El Salvador y Guatemala). La dependencia de productos importados hace que la política del Gobierno defienda

el libre comercio y promueva la implementación de los tratados de libre comercio. América Latina resurge como una fuente atractiva de producción y aprovisionamiento para el sector ante el alza de precios de producción en el Asia, la disminución de capacidad productiva disponible y los altos costos del combustible.

La Florida es el principal puerto de entrada del comercio bilateral entre EE.U.U y Colombia. Para esta región el 70% de las oportunidades se encuentran dirigidas al negocio de paquete completo, con productos como: ropa deportiva, vestidos de baño, ropa interior, uniformes, jeans, ropa casual, calcetines y cuero. Para el caso de marcas colombianas el 30% de las oportunidades se enfocan en productos tales como vestidos de baño, ropa deportiva, ropa interior y accesorios en cuero.

### **2.1.5.3. Medio ambiente**

Desarrollo del mercado para el Comercio Justo y los productos amigables con el ambiente es una tendencia sobre todo observada en la parte más alta del mercado. Aun cuando el precio seguirá siendo la principal variable de compra otras consideraciones (como lo social y el impacto sobre el medioambiente) empiezan a tomar fuerza en los consumidores. Parte del éxito de este tipo de productos reside en las campañas publicitarias y como aún los costos de producir prendas de vestir “éticas” (con salarios altos y justos) son muy elevados por lo tanto difíciles de introducir, en el mercado se ha popularizado la venta de accesorios de moda (que son menos intensivos en mano de obra) producidos éticamente.



Marcas como Levi Strauss & Co, con sus “Wáter Less Jeans”, y Nike Inc., con variaciones en la construcción de los productos bajo su marca “Air Jordan”, han incursionado en la era de productos “Verdes”. Se espera que en el futuro se abran espacios en la parte baja del mercado para este tipo de productos con iniciativas como la recientemente desarrollada por JC Penney, Target, Wal-Mart y Nike que conformaron a principio de 2011 la “Sustainable Apparel Coalition” (Coalición de prendas de vestir sostenible) que pretende destinar US\$2 millones para crear una base de datos de “sourcing” y prácticas de producción con un enfoque ambiental y de prácticas justas con los trabajadores que permita medir el impacto en ambas áreas.

## 2.2. Aspectos micro

**TABLA 7**

Subpartida	Descripción	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
611020	Suéteres, jerseys, pullovers, cardigans, chalecos y artículos similares	7.598.888	8.245.054	9.156.140	8.888.269	8.044.003	8.760.958	9.148.681
620342	pantalones, pantalones con pelo y pantalones cortos de algodón	5.111.861	5.348.763	5.275.963	5.191.515	4.701.953	5.156.692	5.531.326
620462	Pantalones, pantalones con pelo y pantalones cortos de algodón para mujeres o niñas	5.936.086	5.810.536	5.831.438	5.587.653	5.037.273	5.199.808	5.079.384
610910	Camisetas de punto de algodón, para mujeres o niñas	3.432.768	3.739.834	3.517.378	3.825.337	3.367.955	4.063.074	4.235.499
611030	Suéteres, jerseys, pullovers, cardigans, chalecos y artículos similares	3.339.221	3.258.246	3.481.725	3.315.020	2.954.968	3.432.619	4.164.228
620520	Camisas de algodón, para hombres i niños	2.658.424	2.410.177	2.533.981	2.383.106	2.103.243	2.589.469	2.971.346
630790	Los demás, artículos confeccionados	1.970.624	2.150.279	2.316.384	2.229.481	2.163.686	2.519.735	2.821.292
621210	Sostenes	1.637.198	1.858.277	1.794.673	1.790.522	1.633.622	1.963.145	1.962.872
630260	Ropa de tocador o de cocina, de tejido de toalla con bucles, de algodón	1.296.208	1.366.038	1.519.780	1.572.048	1.425.797	1.675.283	1.713.800
611120	Prendas y complementos de vestir, de punto de algodón, para bebes	1.296.550	1.426.845	1.589.040	1.550.575	1.456.512	1.580.717	1.665.145
Subtotal		34.276.828	35.614.049	37.016.502	36.333.526	32.889.012	36.940.500	39.293.573
Otros		45.628.998	47.765.793	49.120.016	47.143.399	40.808.140	46.782.836	51.329.725
<b>Total</b>		<b>79.905.826</b>	<b>83.379.842</b>	<b>86.136.518</b>	<b>83.476.925</b>	<b>73.697.152</b>	<b>83.723.336</b>	<b>90.623.298</b>

Fuente: USITC – Cálculos PROEXPORT

### 2.2.1 Demanda: (tendencia cíclica)

- En 2009, las importaciones de EE. UU. De prendas de vestir provenientes de China representaron en torno a un 39% de las importaciones, mientras que las de Colombia solo representaron un 0.3%.

- El aumento del número de hogares, así como la búsqueda de diferenciación en detalles y objetos, hace de las confecciones para hogar un segmento atractivo en este mercado, especialmente en los estados del sur como la Florida y Texas.
- Actualmente, las mujeres norteamericanas han preferido la compra de faldas y de vestidos. Además, se impone el uso de leggings debajo de estas prendas, principalmente si se trata de piezas con estampados a la moda o texturas metalizadas.
- Tras la crisis, las mujeres han preferido la compra de ropa por internet, sobre los retailers tradicionales.
- Las tendencias en ropa masculina se inclinan hacia los atuendos casuales, pues actualmente se está promoviendo su uso en los lugares de trabajo.
- El crecimiento de una cultura deportiva y el aumento de consumidores de servicios de gimnasios y spas ha hecho desarrollar una moda alrededor de la ropa para actividades físicas en este país. Adicionalmente la búsqueda de nuevos materiales textiles, hace que se abra una interesante oportunidad de negocio, enfocada en tiendas especializadas.
- Los principales factores que las mujeres norteamericanas tienen en cuenta a la hora de comprar ropa interior son la comodidad, la forma y la calidad. El estilo es otro factor muy importante dentro de la toma de decisión, lo cual ha generado una demanda creciente de ropa interior “Premium”. En este segmento, también ha aumentado la compra por internet.
- Los jeans son una categoría de gran importancia en Estados Unidos, pues éstos continúan siendo una prenda principal en los guardarropas norteamericanos, no

sólo en el ámbito casual, pues se está ampliando su uso en el ámbito laboral. Los jeans “skinny” y “slim fit” son los predominantes en el mercado femenino.

### **2.2.2 Oferta**

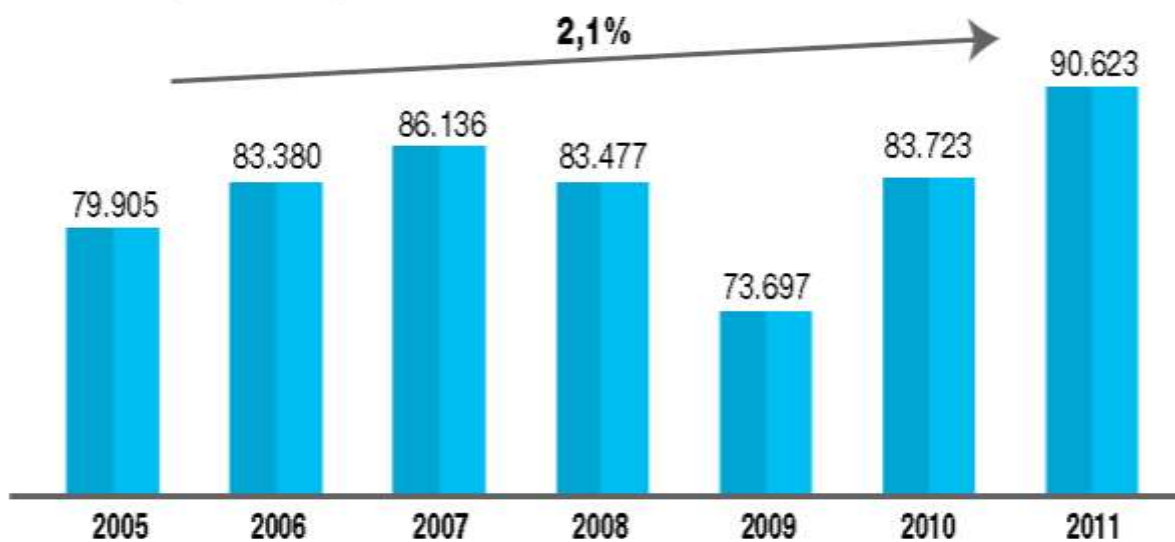
#### **IMPORTACIONES DE EE.UU**

El nivel de importaciones registrado por EE.UU. presentó una tendencia creciente más no constante, entre 2005 y 2010, al reportar una tasa de crecimiento anual compuesto de 0,9% que contribuyó a suplir la amplia demanda interna, que no alcanza a ser cubierta con la producción nacional (en continuo decrecimiento). Durante los primeros ocho meses de 2011, las compras de confecciones provenientes de otros países aumentaron a una tasa de 11,7%, pasando de US\$ 53.703 millones entre enero y agosto de 2010 a US\$59.971 millones en el mismo período de 2011. Este crecimiento se explica, en parte, por la tardía pero constante recuperación de la economía americana.

**FIGURA 1**

## Importaciones de Prendas de Vestir

2005 a 2011 (US\$ millones)

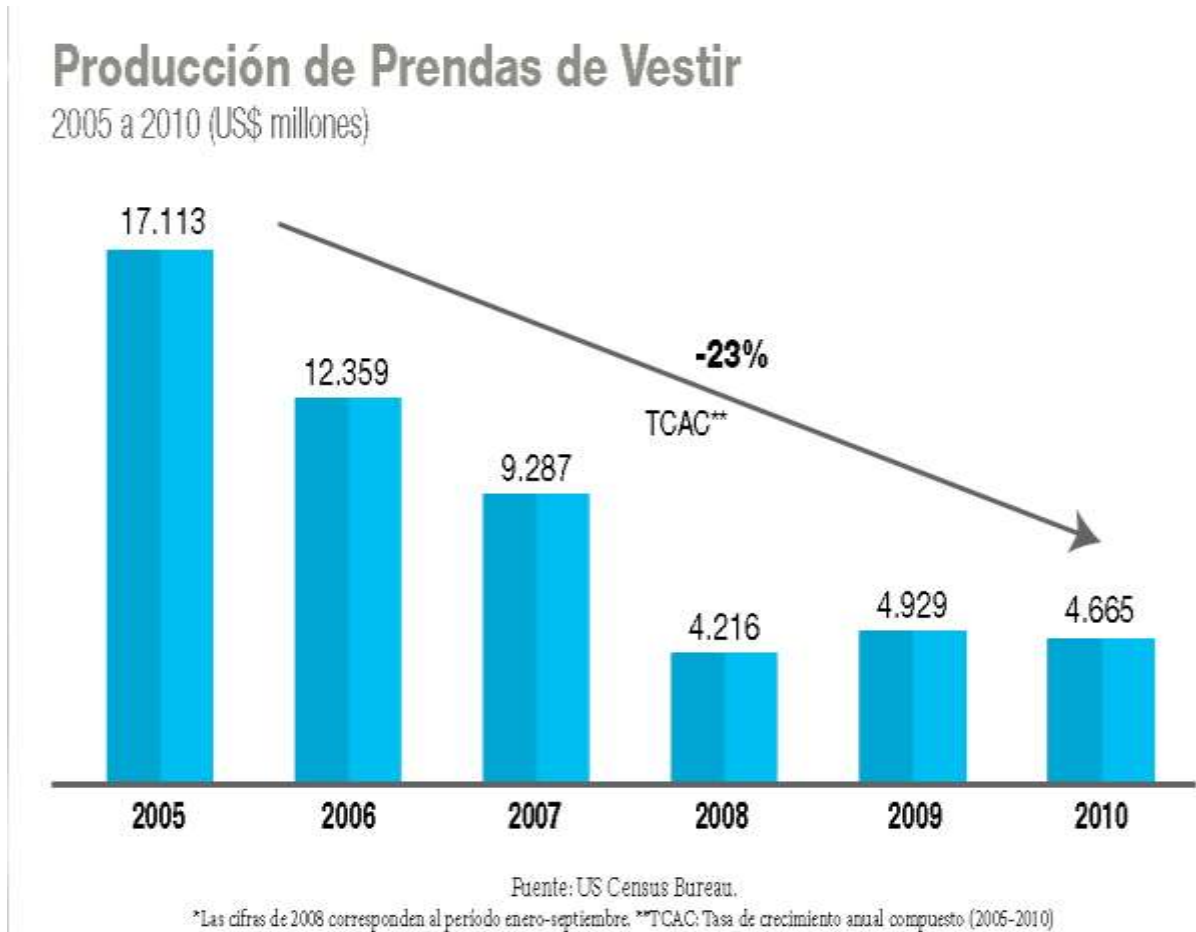


Fuente: USITC - Cálculos PROEXPORT

- **PRODUCCIÓN DE EE.UU EN PRENDAS DE VESTIR**

La producción local de prendas de vestir entre 2005 y 2010 presentó una tendencia negativa, al pasar de US\$17.113 millones en 2005 a US\$4.665 millones en 2010, lo cual se evidencia en una tasa de crecimiento compuesto anual de -23%.

**FIGURA 2**



### **EXPORTACIONES TEXTILES DEXPORTACIONES EEUU**

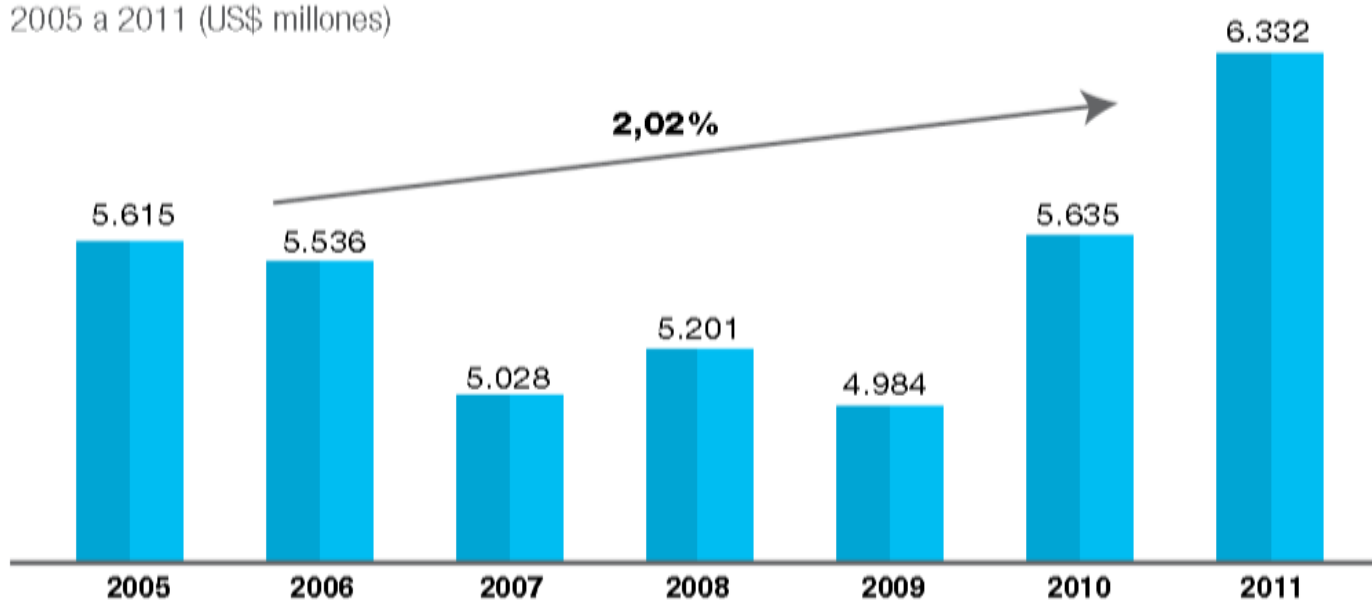
Las ventas al exterior de prendas de vestir estadounidenses en el período 2005-2011 aumentaron a una tasa de crecimiento compuesto anual igual a 2,02%; comportamiento explicado por la estabilidad en producción de la industria textil americana. Por su parte, las exportaciones reportadas en 2011 crecieron US\$ 697 mil con respecto a las registradas en 2010 (US\$5.635

millones). Este comportamiento también se explica por los paquetes de estímulos implementados por el gobierno y la leve estabilización de la economía mundial.

**FIGURA 3**

### Exportaciones de Prendas de Vestir

2005 a 2011 (US\$ millones)



Fuente: USITC – Cálculos PROEXPORT

- **FACTORES TECNOLÓGICOS**

Colombia

- Durante 2011, Colombia ocupó el lugar número 29 en la lista de los proveedores de prendas de vestir de EE.UU. con una participación de 0,3% ubicándose después de países vecinos



como Perú, en el puesto 20 y con una participación de 0,8%, y Centroamericanos como México (N° 5, participación 5,2%), Honduras (N° 8, participación 3,0%), El Salvador (N° 10, participación 2%), Guatemala (N° 13, participación 1,5%) Nicaragua (N° 12, participación 1,5%) y República Dominicana (N°19, participación 0,8%).

- En 2011 Colombia, con una participación de 0,3% sobre el total importado en materia de prendas de vestir por Estados Unidos, descendió dos posiciones dentro de la lista de los proveedores al pasar del puesto 27 al 29. Las exportaciones de confecciones entre 2005 y 2010 cayeron 5,8% al pasar de US\$967,5 millones a US\$717,8 millones comportamiento explicado por: la crisis financiera internacional (2008-2009) que afectó el comercio mundial del sector, las dificultades políticas con nuestros mercados naturales (Venezuela y Ecuador) y la fuerte revaluación del Peso colombiano frente al dólar estadounidense. Durante 2011 las ventas al exterior crecieron 5,3% evidenciando el efecto positivo que sobre el sector ha tenido la recuperación económica, el restablecimiento de las relaciones comerciales con nuestros vecinos y los esfuerzos por diversificar mercados realizados entre el sector privado y el sector público.

- **OPORTUNIDADES**

- Uniformes deportivos.
- Uniformes corporativos.
- Ropa de hogar.
- Confección tallas grandes (todos los productos).

- Confección en insumos orgánicos.
- Jeans.
- Ropa deportiva.
- Activewear.
- Ropa interior.
- Ropa de control.
- Vestidos de baño.
- Ropa casual
  
- **ARANCELES**

A partir de la entrada en vigencia del TLC con Estados Unidos estos productos pagarán un arancel del 0%.

### 3. Matriz DOFA

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"><li>• Elevados costos unitarios de producción</li><li>• Elementos Externos</li><li>• La inestabilidad en el comportamiento de la tasa de cambio</li><li>• Poca capacidad para producir los volúmenes que requieren los mercados internacionales</li><li>• Las altas tarifas del transporte para exportar, tanto de forma aérea, como terrestre y marítima.</li><li>• La infraestructura vial y marítima de nuestro país.</li><li>• Altas tasas de interés</li><li>• La mano de obra es más costosa que la de sus competidores directos, por ejemplo China, Canadá, México.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Incremento de la demanda del mercado norteamericano y Europeo</li><li>• Preferencias arancelarias ofrecidas por Estados Unidos, gracias a acuerdos con Colombia como el TLC</li><li>• Consolidación de las relaciones con Estados Unidos</li><li>• Demanda de marcas exclusivas internacionales</li><li>• Canales informáticos de comercialización (Internet)</li><li>•</li></ul>

Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amplia capacidad de desarrollo de los productos textiles.</li> <li>• Capacitación interna del personal</li> <li>• Alta calidad de los productos y sus diseños</li> <li>• Valiosa, experta y delicada mano de obra.</li> <li>• Colombia se encuentra identificada, como el país de América Latina con mayor potencial para el diseño y la moda.</li> <li>• Capacidad de influir e interpretar tendencias en la moda</li> <li>• Agilidad en la producción, dado que cuenta con una escala baja y mediana que le permite satisfacer hasta seis colecciones diferentes al año.</li> <li>• Celeridad en la exportación</li> <li>• Perfeccionamiento en el nicho de mercado en el cual se trabaja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costosos controles de calidad y seguridad requeridos por los clientes</li> <li>• Creciente poder de negociación de clientes</li> <li>• Escasez de mano de obra calificada</li> <li>• Políticas económicas adversas en los tipos de cambio</li> </ul>

Fuente: Propia.

## **4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

### **4.1. PROBLEMA:**

¿Cómo lograr penetrar la industria textil colombiana, con textiles y materias primas para la confección, en el mercado de La Florida, dado que china se encuentra actualmente establecido en dicho estado como un fuerte exportador?

### **4.2. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

Analizar el mercado del estado de La Florida, en los Estados Unidos, con el fin de conocer las oportunidades que puede tener la industria textil colombiana en este mercado.

#### **4.2.1 OBJETIVO GENERAL:**

Incrementar la participación de las exportaciones de materias primas para la confección de empresas colombianas en el estado de La Florida (Estados Unidos)

#### **4.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Realizar todo un esquema de investigación de mercado, en pro de detectar posibles oportunidades en el sector
- Posicionar las materias primas colombianas como productos de altos estándares de Calidad.

- Facilitar el acceso de empresas colombianas a este mercado en condiciones de igualdad, partiendo de la firma del TLC
- Incorporar la sostenibilidad como un factor diferenciador en estos procesos y productos

#### **4.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN:**

**Descriptiva** porque se describen de manera real, y precisa, los datos y características de la población de estudio, que en este caso es La Florida, procurando determinar cuál es la situación, describiendo cuales son las condiciones de este estado y que haría de GLOBAL CONNECTION TEXTILE un buen proveedor de los industriales de la moda en el estado de la Florida. Así mismo, es descriptiva, porque los datos que se recogen, se analizan minuciosamente a fin de que se puedan extraer generalizaciones que contribuyan al conocimiento y conduzcan por el camino del cumplimiento de los objetivos.

#### **4.4. TÉCNICA:**

##### **4.4.1 CUALITATIVA:**

Esto debido a que emplearemos entrevistas en profundidad con personas expertas en el tema como empresarios y agregados comerciales presentes en el país como lo son: Leonardo Portilla, enlace entre la secretaría de desarrollo económico del municipio de Tocancipá, con las diferentes empresas exportadoras ubicadas en el municipio

#### **4.4.2 DISEÑO DEL INSTRUMENTO**

Ver ANEXO 1

#### **4.4.3 ANÁLISIS DE DATOS**

Se recopiló información sobre el comportamiento del productor frente a la posibilidad de exportar a La Florida Estados Unidos, y se logró evidenciar, que el potencial exportador lo hay, las fibras, la calidad y el diseño para insertarse en el mercado extranjero también, pero que así mismo es muy claro que tenemos un fuerte rival en China, dado la mano de obra barata, que le repercute directamente en los costos por tanto en los precios que ofrece.

#### **4.4.4 CONCLUSIONES**

Gracias a la gran variedad de desarrollos con que cuenta no solo Colombia, sino también la ciudad región es importante destacar las amplias ventajas con que contamos actualmente, debido a que poseemos:

- Mecanismos para aumentar la calidad de la impresión por inyección de tinta a los textiles.
- Nuevas microfibras en las que se utiliza la tecnología industrial de plasma frío, recubrimientos y reactivos para reducir la inflamabilidad o modificar la limpieza de los textiles.
- Procesos biológicos que van desde el mejoramiento genético del algodón, la lana y la seda, hasta la creación de nuevas fibras a partir de biopolímeros.

- Desarrollo de telas a partir del desarrollo de fibras naturales como el bambú.

Así mismo, es evidente que Bogotá – Cundinamarca es

- ✓ El principal centro textil del país.
- ✓ El aeropuerto de Bogotá es el primero en movimiento de carga en Latinoamérica.  
Aeropuerto Internacional El Dorado.
- ✓ La universidad de los Andes: Adelanta proyectos de I+D+i con nanotextiles con COLCIENCIAS.
- ✓ Se desarrollan ferias internacionales: Semana internacional de la moda y Salón de la moda



## **5. ESTRATEGIA DE MARKETING**

### **5.1. OBJETIVOS**

#### **5.1.1 OBJETIVO DE MERCADEO**

Lograr que nos tengan en cuenta como maquiladores, para que nos envíen la producción y podamos producir.

#### **5.1.2 OBJETIVO DE VENTAS**

Ubicar nuestros productos en las siguientes empresas como primeros clientes, generando un crecimiento real anual de las ventas de un 15%

- Jesse Slade
- Angelica's fashion
- Textiles trade LLC
- International Texxtile Mills LLC
- Cutys baby
- Century Business Services, LLC
- Textil Resuinsa
- Paddle Florida

### **5.1.3 OBJETIVO DE COMUNICACIÓN**

Dar a conocer a través de la elaboración de una página web, el servicio en línea que le permitirá a cualquier individuo u organización apreciar nuestros textiles y calidad de los mismos, de tal manera que aunque el principal objetivo es lograr el posicionamiento de la marca y por tanto de la empresa, Global Conexión Textile pueda ser contactado desde cualquier parte del mundo.

### **5.2. PRODUCTO**

Las fibras de los textiles que busca comercializar Global Conexión Textile, se distinguen por el alto punto de fusión que conllevan, sus altos tratamientos térmicos, bien sea de tintura o de planchado, junto con su suficiente resistencia, elasticidad, tintabilidad e hidrofiliidad, es decir, que son placenteros al contacto con la piel.

## CLASIFICACIÓN DE FIBRAS

FIGURA 4

- FIBRA DE ALGODÓN



- FIBRA DE SEDA



- FIBRA DE POLYESTER



Fuente: [portal.araujoibarra.com](http://portal.araujoibarra.com)

1. Superior o igual a 5% en peso, sin hilos de caucho, excepto los de la partida 60.01
2. Tejidos de mezclilla ("denim") de algodón, con hilados de distintos colores, con un contenido de algodón, superior o igual a 85% en peso, de gramaje superior a 200 g/m<sup>2</sup>.
3. Los demás hilados de alta tenacidad de nailon o demás poliamidas.
4. Tejidos de mezclilla ("denim"), mezclados exclusiva o principalmente con fibras sintéticas o artificiales, con un contenido de algodón inferior a 85% en peso, de gramaje superior a 200 g/m<sup>2</sup>.
5. Las demás napas tramadas para neumáticos, fabricadas con hilos de alta tenacidad, de nailon o demás poliamidas.
6. Encajes fabricados a máquina, de fibras sintéticas o artificiales.
7. Los demás tejidos de punto, de fibras sintéticas, teñidos.
8. Napas tramadas para neumáticos, fabricadas con hilos de alta tenacidad de nailon o de otras poliamidas, cauchutadas. Hilados entorchados, tiras y formas similares de las partidas 54.04 o 54.05, entorchadas (excepto los de la partida 56.05 y los hilados de crín entorchados); hilados de chenilla; "hilados de cadeneta".
9. Telas impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas con policloruro de vinilo, excepto los de la partida 59.02. 10.367

### **5.3. PRECIO**

Dado que nuestra principal competencia se encuentra en China, puesto que es el principal proveedor de Estados Unidos, ingresaremos al mercado en la fase de lanzamiento del producto con un precio de paridad, de tal forma que al tener los mismos precios, pero con mayor calidad y diseño, estaremos en ventaja frente a nuestros principales competidores.

## 5.4. DISTRIBUCIÓN

Tanto Estados Unidos como Colombia cuentan con una infraestructura aérea, marítima y terrestre, que permiten y facilitan el transporte internacional de mercancías. No obstante, es de mencionar el gran avance tecnológico y la excelente infraestructura, que sobrepasa notablemente, las carreteras, puertos y aeropuertos de Estados Unidos, frente a Colombia.

### SERVICIOS MARÍTIMOS

FIGURA 5



Fuente: Puertos  
de Colombia

## Acceso Marítimo

El Puerto de “*Dante B. Fascell de Miami-Dade*” es un puerto situado en Miami, Florida sobre la Bahía Biscayne. El puerto reconocido como el capital de la travesía del mundo y de la entrada del cargo de las Américas. Como puerto de la mundo-clase, el puerto de Miami está entre un grupo de la élite de puertos en el globo.

**TABLA 8**

### **Líneas Navieras y Consolidadores con oferta de servicios a Estados Unidos**



Fuente: líneas navieras de servicios a Estados Unidos

- **Costa Este**

Hacia la Costa este de los Estados Unidos, desde Costa Atlántica operan once (11) diferentes navieras en rutas directas con tiempos de tránsito desde los 3 días, con origen en Cartagena y destino Port Everglades, o desde los 6 días hacia Miami y Filadelfia; la oferta se complementa con rutas con conexión en puertos de Jamaica, Panamá y

República Dominicana, que tienen un tiempo de tránsito desde 8 días. Adicionalmente desde Buenaventura hacia la Costa Este norteamericana, existen servicios con diferentes conexiones en Panamá, México, República Dominicana, con tiempos de tránsito desde los 7 días hacia Port Everglades (conexión en Cartagena).

### Frecuencias y tiempo de tránsito desde los Puertos Colombianos

**TABLA 9**

DESTINO	ORIGEN	TIEMPO DE TRÁNSITO (días) DIRECTO	TIEMPO DE TRÁNSITO (días) CONEXIÓN
<b>BALTIMORE</b>	Barranquilla		14
	Buenaventura	12	12-19
	Cartagena	8-11	14-18
	Santa Marta	10	
<b>CHARLESTON</b>	Barranquilla		14-17
	Buenaventura	14	12-16
	Cartagena	10	12-15
	Santa Marta	11	
<b>PORT ELIZABETH</b>	Barranquilla		14
	Buenaventura		10-14
	Cartagena	6	16
<b>FILADELFIA</b>	Barranquilla		12
	Buenaventura	11	9-15
	Cartagena	6	8-17
	Santa Marta	7	
<b>HOUSTON</b>	Barranquilla	10-17	13-18
	Buenaventura	16	16-21
	Cartagena	8-17	12
	Santa Marta	9-16	
<b>JACKSONVILLE</b>	Barranquilla	7	12
	Buenaventura		17

## Frecuencias y tiempo de tránsito desde los Puertos Colombianos

**TABLA 10**

<b>NEW ORLEANS</b>	Barranquilla	14	17
	Buenaventura		15-19
	Cartagena	8-16	12-19
	Santa Marta	13	
<b>NEW YORK</b>	Barranquilla		13-14
	Buenaventura	10	12-16
	Cartagena	5-11	8-14
	Santa Marta	8	
<b>NORFOLK</b>	Barranquilla		14
	Buenaventura		16-19
	Cartagena		7-17
<b>PORT EVERGLADES</b>	Barranquilla	5-6	13
	Buenaventura	7	7-14
	Cartagena	3-6	7-16
	Santa Marta	4	
<b>SAVANNAH</b>	Barranquilla		12-14
	Buenaventura	14	16
	Cartagena	9	12-17
	Santa Marta	10	

*\* Los servicios se prestan con una frecuencia semanal.*

	Cartagena	8	11-15
<b>MIAMI</b>	Barranquilla	7	11
	Buenaventura		8
	Cartagena	6	10-12
	Santa Marta		10
<b>MOBILE</b>	Barranquilla		13
	Buenaventura		13
	Cartagena	6	10-13

**Fuente: Puerto de Colombia.**



**Transporte marítimo:** Es una vía excelente, ya que por su conexión con otras vías acuáticas naturales o artificiales es posible el acceso al interior de muchos países. Los costos fijos más importantes de los transportadores acuáticos están relacionados con las operaciones en el Terminal y comprender tarifas portuarias y los costos de manipuleo de la carga. Los costos variables comprenden lo relacionado con el manejo del equipo de transporte y son especialmente bajos.

- **El transporte marítimo presenta las siguientes ventajas:**

- tarifas más bajas,
- transporte en masa de grandes volúmenes,
- diversidad y especialización en tipos de buques, y
- regulaciones internacionales uniformes.

- **Desventajas:**

- baja velocidad,
- seguro más costoso,
- embalajes más costosos,
- costos portuarios,
- altos riesgos de saqueo y deterioro,
- mayores inventarios y costos financieros durante el trayecto, y
- frecuencias más espaciadas.

## SERVICIOS AÉREOS

### Acceso Aéreo

Estados Unidos cuenta con 14,947 aeropuertos, donde varios son los más grandes y de mayor movimiento del mundo. La oferta de servicios directos desde Colombia se concentra en los Aeropuertos de John F. Kennedy International (Nueva York), Los Ángeles International, George Bush International (Houston), Memphis International Airport, Hartsfield-Jackson Atlanta International Airport y Miami International Airport.

Líneas Aéreas con oferta de servicios a Estados Unidos

**TABLA 11**

Aerolínea	Conexiones	Frecuencia	Clase
	Directo	Todos los días	Pasajeros
	Directo	Todos los Días	Carga
	Panamá – Panamá	Lunes a Sábado	Carga
	Panamá- Panamá	Todos los días	Pasajeros
	Directo	Todos los días	Carga
	Directo	Todos los días	Carga
	Directo	Lunes, Jueves Sábados y Domingos	Carga
	México- México City	Todos los días	Pasajeros
	Directo	Todos los días	Pasajeros
	Directo	Todos los días	Carga

	Directo	Todos los días	Pasajeros
	Directo	Todos los días	Carga

Fuente: Aerolíneas prestatarias de servicios  
 Procesadas por Proexport Colombia  
 \* La información contenida es de carácter referencial, siendo suministrada directamente por las empresas prestatarias. Están sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de la actividad o de sus volúmenes del comercio.

Adicional a los servicios directos, otras aerolíneas tienen las posibilidades de recibir carga en Colombia y llevarla a Estados Unidos en servicio con trasbordo desde: Ciudad de Panamá y Ciudad de México.

**FIGURA 6**



Fuente: <http://mapas.emol.com/?busxr=textiles%20en%20la%20florida>

Por ser nuestro producto “*insumos textiles para la confección*” determinamos que el transporte indicado para la exportación es por vía marítima, utilizando como puerto de origen (salida) el Puerto internacional de Cartagena (Sociedad Portuaria regional de Cartagena (SPRC)) (Colombia) y como puerto de destino (llegada) el puerto internacional de **Dante B. Fascell de Miami-Dade** (La Florida – Estados Unidos), con un tiempo de transito de 6 días aprox.

- Flujograma de Transporte:

**FIGURA 7**



**Fuente: Propia.**

## CONCLUSIONES

- La guía nos muestra un país con muchas facilidades de exportación y de gran acogida de los productos.
- La innovación y los altos estándares de calidad hacen de los productos su mayor fuerte de competencia.
- El creciente cambio en las tendencias hacen que las empresas estén siempre a la vanguardia y con nuevas creaciones para así ser más competitivos cada día.

## BIBLIOGRAFÍA

- Emol Mapas. Recuperada Abril 14, 2014, de <http://mapas.emol.com/?busxr=textiles%20en%20la%20florida>
- Araujo Ibarra, Recuperada Abril 14, 2014, de <http://portal.araujoibarra.com/biblioteca-y-articulos/500-nuevos-productos/capitulo-3-estructura-exportadora-y-ppoductos-potenciales-por-regiones-de-colombia/region-1-atlantico-bolivar-y-cartagena/atlantico/CAP%203-1-2%20ANEXOS%20ATLANTICO.pdf>
- Araujo Ibarra, Recuperada Abril 18, 2014, de <http://portal.araujoibarra.com/biblioteca-y-articulos/500-nuevos-productos/capitulo-4-productos-seleccionados-resumen-sectorial/CAP%204-9%20TEXTILES.PDF>
- Plan Original, Consultores web, Recuperada Abril 18, 2014, de <http://tlc.planoriginal.net/tlc-con-estados-unidos/conozca-mas-sobre-estados-unidos/regiones-estrategicas-para-el-valle-del-cauca/region-del-golfo/caracteristicas-de-cada-estado-florida/>
- Unitet Stated Department of Labor, Recuperada Abril 06, 2014, de <http://translate.google.com.co/translate?hl=es&langpair=en%7Ces&u=http://www.bls.gov/eag/eag.us.htm&ei=1SglUYyYN4by9gSLjoHICA>
- Ruth Funk Center for textile arts at Florida Institute of Technology, Recuperada Abril 22, 2014, de <http://translate.google.com.co/translate?hl=es&sl=en&u=http://textiles.fit.edu/&prev=/search%3Fq%3DTEXTILES%20BEN%20BFLORIDA%26hl%3Des%26biw%3D904%26bih%3D637&sa=X&ei=zK8rUaTqMIPK9gS1m4HoCw&ved=0CC8Q7gEwAA>

- Unitet Stated Department of Labor, Recuperada Abril 06, 2014, de [http://translate.googleusercontent.com/translate\\_c?depth=1&ei=1SglUYyYN4by9gSLjoHICA&hl=es&langpair=en%7Ces&rurl=translate.google.com.co&u=http://data.bls.gov/timeseries/LASST12000005%3Fdata\\_tool%3DXGtable&usg=ALkJrhhVj-11pYXipsRWcIJ2dzCRKlGgfQ](http://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&ei=1SglUYyYN4by9gSLjoHICA&hl=es&langpair=en%7Ces&rurl=translate.google.com.co&u=http://data.bls.gov/timeseries/LASST12000005%3Fdata_tool%3DXGtable&usg=ALkJrhhVj-11pYXipsRWcIJ2dzCRKlGgfQ)
- U.S Department of Commerce, Recuperada Marzo 23, 2014, de [http://translate.googleusercontent.com/translate\\_c?depth=1&ei=1SglUYyYN4by9gSLjoHICA&hl=es&langpair=en%7Ces&rurl=translate.google.com.co&u=http://www.bea.gov/regional/bearfacts/action.cfm%3FgeoType%3D3%26fips%3D12000%26areatype%3D12000&usg=ALkJrhiLxq4DGn\\_pAA5yXQ99WTIWRLdvzg](http://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&ei=1SglUYyYN4by9gSLjoHICA&hl=es&langpair=en%7Ces&rurl=translate.google.com.co&u=http://www.bea.gov/regional/bearfacts/action.cfm%3FgeoType%3D3%26fips%3D12000%26areatype%3D12000&usg=ALkJrhiLxq4DGn_pAA5yXQ99WTIWRLdvzg)
- Consulado de Argentina, Recuperada Abril 02, 2014, de <http://www.consuladoargentinoenmiami.org/node/135>
- Me quiero ir, Recuperada Marzo 22, 2014, de <http://www.mequieroir.com/paises/eeuu/emigrar/descripcion/division/florida/>
- Comercio Exterior y Marketing Internacional, Recuperada Abril 16, 2014, de <http://www.reingex.com/Miami-Florida-Negocios-Economia.shtml>
- Carnet Photographique, Recuperada Abril 18, 2014, de [http://www.voyagesphotosmanu.com/economia\\_poblacion\\_florida.html](http://www.voyagesphotosmanu.com/economia_poblacion_florida.html)

## **ANEXOS**

### **ANEXO 1**

#### **DISEÑO DEL INSTRUMENTO**

#### **ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD**

---

### **PROYECTO DE INVESTIGACION DE MERCADOS PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE LA INCURSIÓN DE LA INDUSTRIA TEXTIL COLOMBIANA EN EL MERCADO DE LA FLORIDA (EE.UU)**

Cuestionario semiestructurado

Empresario: -----

Buenas días (tardes); soyestudiantes de **xxxx**semestre de la Universidad Universitaria **xxxxxxx** estamos realizando un estudio de mercados en el sector textil, con el fin de encontrar la viabilidad y el modo de ubicar a Colombia dentro de los tres primeros proveedores de textiles en el Estado de La Florida, para penetrar el mercado y lograr llevarlo a la práctica a través de la exportación de insumos textiles a dicha región y así mismo lograr que nos tengan en cuenta como maquiladores, para que nos manden la producción y poder elaborarla. De antemano, le quedamos muy agradecidos por el tiempo que nos va a dedicar. Para los efectos de esta entrevista, hemos determinado un Código de Ética que queremos mencionarlo, con el fin, de que usted se pueda sentir tranquilo. (ver la final del cuestionario)



Fecha entrevista \_\_\_\_\_

Razón social \_\_\_\_\_

Nombre entrevistado

Nombre de quien entrevista \_\_\_\_\_

1. Qué tan factible considera Usted que Colombia, se posicione como proveedor textil dentro de los primeros puestos al sur de los Estados Unidos, en el estado de la Florida?

- Muy Factible
- Poco factible
- Nada factible

¿Por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. Si usted pudiera calificar, de 1 a 5, en grado de importancia, las variables que afectan positivamente el comercio de productos textiles hacia la Florida ¿qué orden le daría a éstas? (5 es la más importante)

- Competencia
- Situación económica
- Apoyo del cluster del sector

- Falta de reconocimiento de la industria colombiana
- Personal calificado
- Innovación
- Calidad en los insumos
- Insuficiencia de clientes
- Otras

2.1. ¿Cuál o cuáles? \_\_\_\_\_

3. Considera Usted que el TLC, firmado y vigente con los Estados Unidos, beneficiara o perjudicara al sector textil colombiano, en especial a sus pequeñas y medianas empresas?

- Beneficiado
- Perjudicado

¿Por qué? \_\_\_\_\_

4. ¿Cuáles son las principales características que posee su empresa dentro del sector textil?

- Innovación
- Precio
- Diseño
- Calidad
- Ninguna de las anteriores

➤ Todas las anteriores

5. Se siente Usted respaldado por el Estado Colombiano, en pro de impulsar las exportación del Sector?

➤ Si

➤ No

Por qué? \_\_\_\_\_

6. ¿Qué modalidad de transporte considera pertinente para disminuir costos, ante una eventual exportación por parte de su empresa hacia el estado de La Florida?

➤ Aérea

➤ Marítima

7. ¿Qué tan fácil es que las empresas colombianas tengan acceso a este mercado, en términos de igualdad, partiendo de la firma del TLC?

---

---

---

8. ¿Sabe usted quién (es) es (son) el (los) actual (es) proveedor (es) de textiles en este mercado?

➤ Si

➤ No

8.1. Ordénelos de mayor a menor, por volumen de facturación

➤ Proveedor No. 1 \_\_\_\_\_

➤ Proveedor No. 2 \_\_\_\_\_

➤ Proveedor No. 3 \_\_\_\_\_

➤ Proveedor No. 4 \_\_\_\_\_

➤ Proveedor No. 5 \_\_\_\_\_

9. ¿Sabe usted que tan competitivo es el sector textil colombiano frente a países productores y exportadores como China?

➤ Si

➤ No

MUCHAS GRACIAS POR SU VALIOSA COLABORACION