

Diseñar un Manual para Exportar Ropa Deportiva Femenina de Cali a EE. UU

Leidy Ortiz Muñoz

Karol Rengifo Molina

Instituto Técnico Nacional De Comercio “Simón Rodríguez”

Programa Gestión Empresarial

Santiago de Cali

30 noviembre de 2024

Diseñar un Manual para Exportar Ropa Deportiva Femenina de Cali a EE. UU

Leidy Ortiz Muñoz

Karol Rengifo Molina

Trabajo de grado para optar por el título de Tecnólogo en gestión empresarial

Profesor De Investigación: Harrison Sánchez Sevillano

Instituto Técnico Nacional De Comercio “Simón Rodríguez”

Programa Gestión Empresarial

Santiago de Cali

2024

Contenido

Índice De Tablas	4
1. INTRODUCCIÓN	5
2. OBJETIVOS	7
2.1. Objetivo General	7
2.2. Objetivos específicos	7
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	8
3.1. Metodología Descriptiva	8
4. JUSTIFICACIÓN.....	10
4.1. Justificación Teórica.....	10
4.2. Justificación Práctica.....	11
4.3. Justificación Metodológica	12
5. Marcos	14
5.1. Marco Teórico.	14
5.2. Marco conceptual	16
5.3. Marco Legal.....	22
5.4. Marco Contextual.....	25
5.5. Marco Temporal.....	33
6. Diseño Metodológico	34
6.1. Tipo De Investigación.....	34
6.2. Enfoque De La Investigación.....	34
6.3. Población Y Muestra	35
6.4. Datos Estadísticos Según El DANE	35
6.5. Instrumentos Para Recolección De Información	37
6.6. Formula	37
6.7. Diseño De La Encueta.....	39
6.8. Técnicas De Análisis De Datos	43
7. RESULTADO Y ANALISIS	45
8. DIAGNOSTICO.....	57
9. CONCLUSIONES.....	60
10. Recomendaciones	62

11. Anexos 64

ÍNDICE DE IMÁGENES

ILUSTRACIÓN 1.....36
ILUSTRACIÓN 2.....36
ILUSTRACIÓN 3.....45
ILUSTRACIÓN 4.....46
ILUSTRACIÓN 5.....47
ILUSTRACIÓN 6.....48
ILUSTRACIÓN 7.....49
ILUSTRACIÓN 8.....50
ILUSTRACIÓN 9.....51
ILUSTRACIÓN 10.....52
ILUSTRACIÓN 11.....53
ILUSTRACIÓN 12.....54
ILUSTRACIÓN 13.....55
ILUSTRACIÓN 14.....56

Índice De Tablas

TABLA 1 8
TABLA 2 23
TABLA 3 44

1. INTRODUCCIÓN

En el contexto actual de la economía global, la exportación se presenta como una estrategia fundamental para el crecimiento y la sostenibilidad de las pequeñas empresas. Sin embargo, a pesar de las oportunidades que ofrece el mercado internacional, muchos pequeños emprendedores del suroriente de Cali enfrentan múltiples desafíos que limitan su capacidad para exportar productos. Este trabajo se enfoca en ayudar y minimizar las razones por las cuales estos pequeños emprendedores no exportan productos, entre los que podemos encontrar la ropa deportiva femenina en un mercado tan amplio como es el de Estados Unidos, un país que representa un mercado atractivo y en constante crecimiento para este tipo de productos. (comercio A. d.)

La industria de la ropa deportiva femenina ha mostrado un notable auge en los últimos años, impulsada por un aumento en la conciencia sobre la salud y el bienestar. A pesar de esta tendencia positiva, los emprendedores del suroriente de Cali se encuentran ante diversas barreras que van desde el desconocimiento de normativas internacionales hasta dificultades logísticas y falta de acceso a financiamiento. Esta investigación busca delimitar estos factores, mostrando no solo las limitaciones económicas, sino también los aspectos sociales y culturales que pueden influir en la decisión de no participar en el comercio internacional. (Gym)

(Legiscomex, s.f.)

Los objetivos específicos son fundamentales para guiar esta investigación ya que estos objetivos permiten una comprensión más profunda de cada uno de los obstáculos que enfrentan los emprendedores y establecen un marco claro para desarrollar estrategias efectivas. Al analizar las barreras económicas, examinar el conocimiento sobre regulaciones internacionales, evaluar el potencial del mercado estadounidense y elaborar un manual práctico, se busca empoderar a estos pequeños emprendedores con herramientas concretas que faciliten su incursión en el comercio internacional.

La importancia de los objetivos específicos radica en que proporcionan claridad y enfoque al estudio, delimitando su alcance y asegurando que se aborden aspectos relevantes para la comunidad emprendedora. Además, permiten estructurar el trabajo de manera lógica y coherente, sirviendo como criterios para medir el éxito de la investigación al final del proceso. En este sentido, los objetivos específicos no solo guían la investigación, sino que también destacan su relevancia en la búsqueda de soluciones prácticas a los retos que enfrentan los pequeños emprendedores del suroriente de Cali.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo General

“Diseñar un manual de orientaciones para la exportación de ropa deportiva femenina de pequeños emprendedores del suroriente de Cali a Estados Unidos.”

2.2. Objetivos específicos

- Analizar las barreras económicas que enfrentan los pequeños emprendedores del suroriente de Cali en el proceso de exportación de ropa deportiva femenina.
- Examinar el conocimiento y la percepción que tienen los emprendedores sobre la regulación y normativas internacionales relacionadas con la exportación de ropa deportiva femenina.
- Evaluar las oportunidades de mercado que existen en Estados Unidos para la ropa deportiva femenina.
- Elaborar un manual que oriente a los pequeños empresarios del suroriente de Cali en el proceso de exportación a Estados Unidos.

3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

3.1. Metodología Descriptiva.

Se empleó con el propósito de obtener una visión general de la situación de los emprendedores de Valle del Cauca y proporcionar información relevante a los emprendedores del departamento, con el objetivo de adquirir decisiones importantes y comprender cómo detectar las oportunidades que las instituciones nacionales les brindan.

Tabla 1. *Formulación del problema*

FORMULACION DEL PROBLEMA	VARIABLE	DIMENSIONES	METODOLOGIA
¿Cómo diseñar un manual de orientaciones para la exportación de ropa deportiva femenina de pequeños emprendedores del suroriente de Cali a Estados Unidos?	Manual de orientaciones	Contenido del Manual Proceso de exportación logística	Investigación secundaria
	Exportación	Normativas y Regulaciones Requisitos Legales Documentación Necesaria Mercado Objetivo	Investigación secundaria

		Cultura Empresarial Adaptación del Producto	
	Ropa deportiva Femenina	1.Tipo de tela 2.Estilos/Diseños 3.Calidad 4.Género femenino 5.Edad 6.contextura	Encuesta de estudio de mercado
	Pequeños Emprendedores	1.Ingresos de los Emprendedores 2.Cantidad de emprendedores 3.Motivación de los emprendedores	Encuesta estadística
	Suroriente de Cali	1.Población 2.Comuna 3.Barrios 4.Región	Datos estadísticos
	Estados Unidos	1.Cultura 2.Perfil demográfico 3.Economía 4.competencia	Información secundaria

Tabla 1

4. JUSTIFICACIÓN

4.1. Justificación Teórica

La región del suroriente de Cali enfrenta desafíos socioeconómicos significativos, incluyendo altas tasas de desempleo y limitadas oportunidades laborales. En este contexto, el emprendimiento se presenta como una alternativa viable para mejorar la calidad de vida de sus habitantes. La participación de pequeños emprendedores, especialmente en sectores dinámicos como la moda, no solo fomenta el desarrollo económico, sino que también fortalece el tejido social de la comunidad.

(cali, 2017)

Estados Unidos es uno de los principales mercados para la ropa deportiva, con un consumo creciente en productos que combinan calidad y estilo. Sin embargo, la falta de exportación por parte de emprendedores locales limita su acceso a este mercado potencial. Esta investigación busca identificar las barreras que enfrentan estos emprendedores para exportar su ropa deportiva femenina, con el fin de proponer soluciones que les permitan aprovechar esta oportunidad.

Existen diversas barreras que afectan la capacidad de los emprendedores para exportar, como el desconocimiento del proceso de exportación, las dificultades en la adecuación del producto a las preferencias del mercado estadounidense y la falta de

recursos financieros y técnicos. Comprender estas limitaciones es crucial para desarrollar estrategias efectivas que faciliten su inserción en el comercio internacional.

(exportador, 2014)

Esta investigación tiene como objetivo contribuir al entendimiento de las dinámicas del comercio internacional desde una perspectiva local. Al analizar las experiencias y desafíos específicos de los emprendedores del suroriente, se espera generar un cuerpo de conocimiento que sirva como referencia para futuros estudios y políticas públicas orientadas al apoyo del emprendimiento en la región.

A partir de los hallazgos obtenidos, se buscará elaborar recomendaciones prácticas dirigidas a los emprendedores, instituciones gubernamentales y organizaciones no gubernamentales. Estas recomendaciones estarán orientadas a fortalecer las capacidades técnicas y comerciales de los emprendedores, así como a facilitar el acceso a información y recursos necesarios para la exportación.

4.2. Justificación Práctica

Esta investigación se lleva a cabo porque ofrece una oportunidad real para aplicar los contenidos teóricos y metodológicos proporcionados por la institución en la carrera de técnicos y tecnólogos en gestión empresarial. Además, los hallazgos de la investigación podrían servir como contribución a los estudios de viabilidad de

exportación, tanto en términos generales como específicos para los pequeños empresarios del sector suroriente de Cali que venden ropa deportiva para mujeres.

Se espera que esta investigación no solo beneficie a los emprendedores individuales al proporcionarles herramientas para mejorar su competitividad en el mercado internacional, sino que también contribuya al desarrollo económico sostenible del suroriente de Cali como región emprendedora.

4.3. Justificación Metodológica

Este proyecto de investigación tiene como objetivo analizar y describir todas las características de la localidad a impactar, así como las estrategias a implementar para hacer un buen uso y publicitar un manual con los pasos a seguir para exportar ropa deportiva para mujer a los Estados Unidos. Se busca identificar a estos pequeños emprendedores y determinar el nivel de satisfacción con sus negocios y el deseo de expandir sus productos a otros países.

La investigación es de tipo descriptivo y exploratorio. Se considera descriptiva porque se pretende detallar las características y necesidades de los pequeños emprendedores en el suroriente de Cali en relación con la exportación. A su vez, es exploratoria, ya que indagar sobre un fenómeno poco estudiado en la región, lo que permitirá una comprensión más profunda sobre los desafíos y oportunidades que enfrentan estos emprendedores.

Para llevar a cabo un trabajo de campo, es necesario obtener información a través de un estudio de mercado. Esta información se identificará a través de una serie de encuestas en el suroriente de Santiago de Cali, con el fin de conocer puntualmente las necesidades de los emprendedores frente al proyecto.

El método de investigación utilizará un enfoque cuantitativo mediante la aplicación de encuestas estructuradas. Este método permitirá recopilar datos numéricos que faciliten el análisis estadístico y la identificación de patrones en las respuestas de los emprendedores, respecto al proceso de exportación.

Las fuentes de información se obtendrán principalmente a través del estudio de mercado que incluirá:

- Encuestas: Se diseñarán encuestas específicas para ser aplicadas a los pequeños emprendedores del suroriente de Cali. Las encuestas buscarán conocer sus necesidades, expectativas y el nivel de satisfacción con respecto a la exportación.

- Documentación secundaria: Se revisarán informes, estudios previos y literatura relevante sobre exportaciones, normativas internacionales y el mercado estadounidense para complementar la información obtenida en campo.

5. Marcos

5.1. Marco Teórico.

Teoría Clásica

La importancia de la teoría clásica de la administración en el presente trabajo radica al ofrecer herramientas prácticas que los emprendedores pueden utilizar para organizar y coordinar sus operaciones, lo cual es vital, especialmente para startups que buscan establecerse en mercados competitivos como el estadounidense, que puede ser fundamental para los emprendedores del suroriente de Cali.

La teoría clásica no solo permite a los emprendedores mejorar su productividad, sino que también los ayuda a identificar y minimizar costos, lo cual es esencial en un entorno donde los recursos pueden ser limitados. En este sentido, su aplicación puede facilitar la creación de estrategias que les permitan superar las barreras que enfrentan al intentar exportar ropa deportiva femenina a Estados Unidos. (conceptualia.es)

Al enlazar la teoría clásica con la justificación teórica, En este contexto, se entiende que la región del suroriente de Cali enfrenta desafíos socioeconómicos importantes. El emprendimiento se convierte en una herramienta clave para mejorar la calidad de vida, y la aplicación de principios de la teoría clásica puede ser una guía para estos pequeños emprendedores. Al fortalecer sus capacidades organizativas y

administrativas, podrán no solo enfrentar los retos locales, sino también aprovechar las oportunidades en mercados internacionales.

Teoría de la gestión científica

La importancia de la teoría de la gestión científica en el presente trabajo radica en su enfoque sistemático y basado en datos para resolver problemas organizacionales, lo que puede ser especialmente valioso para los emprendedores del suroriente de Cali. Este enfoque, desarrollado por Frederick Winslow Taylor, permite a los emprendedores optimizar sus procesos y tomar decisiones informadas, lo cual es crucial en un entorno donde las condiciones socioeconómicas son desafiantes y la competencia es feroz.

Al aplicar los principios de la gestión científica, los emprendedores pueden identificar áreas de mejora en sus operaciones y establecer prácticas que aumenten la productividad y la rentabilidad. Por ejemplo, al recopilar y analizar datos sobre el rendimiento de sus productos o servicios, pueden determinar qué estrategias son más efectivas para atraer a sus clientes, especialmente en sectores dinámicos como la moda. Esto se traduce en una mejor capacidad para competir en mercados internacionales como el estadounidense.

(www.josemarialara.es)

Conectando esto con la justificación teórica, se observa que la región del suroriente de Cali enfrenta altos niveles de desempleo y limitadas oportunidades laborales. En este contexto, el emprendimiento no solo aparece como una alternativa viable para mejorar la calidad de vida, sino que también puede contribuir al desarrollo económico local. La aplicación de técnicas de gestión científica permitirá a los pequeños emprendedores abordar las barreras que enfrentan al intentar exportar ropa deportiva femenina. Al optimizar sus procesos y formar a sus trabajadores, estarán mejor preparados para competir en el mercado estadounidense.

5.2. Marco conceptual

El presente marco conceptual se centra en los elementos clave que conforman el ecosistema del comercio internacional y su relación con el desarrollo económico de Colombia. En un mundo cada vez más interconectado, la comprensión de términos y entidades que regulan y facilitan el intercambio de bienes y servicios es fundamental para los emprendedores, empresarios y actores involucrados en la actividad comercial.

Aduanas: es un espacio físico situado, por lo general, en áreas estratégicas como espacios transfronterizos, espacios portuarios, aeroportuarios y terminales de ferrocarril. En estas se regulan y se controlan todas las actividades relacionadas con el tráfico de productos, personas y capitales, tanto si son importados como exportados.

Aranceles: El arancel es un tributo que se impone sobre un bien o servicio cuando cruza la frontera de un país.

Analdex: Es una entidad sin ánimo de lucro de naturaleza privada que tiene como objetivo fomentar y fortalecer la actividad exportadora nacional, apoyar el diseño y la ejecución de políticas de exportación de corto, mediano y largo plazo. Analdex asesora a los empresarios para que las exportaciones sean un mejor negocio y ayuda en la definición de estrategias de comercio exterior. De igual manera, incentiva la cultura exportadora y la competitividad.

En la actualidad Analdex representa la voz de empresas exportadoras, importadoras, agencias de aduana, puertos, zonas francas, entre otras.

Bancóldex: Banco de desarrollo empresarial de Colombia. Fomenta el desarrollo sostenible de las empresas y fortalece su competitividad, a través de instrumentos de financiación, internacionalización, inversión vía fondos de capital y programas de apoyo empresarial, actuando como un instrumento de política pública.

Barreras comerciales: Estas son obstáculos que pueden dificultar o impedir el comercio entre países. Pueden ser arancelarias (impuestos sobre productos importados) o no arancelarias (regulaciones, estándares técnicos, etc.). Para los emprendedores locales, conocer estas barreras es crucial para diseñar estrategias efectivas de exportación.

El Bill of Lading: (conocido como B/L, por sus siglas en inglés) es un documento de comercio internacional propio del transporte marítimo que se utiliza en el marco de un contrato de transporte de las mercancías en un buque de línea regular. A grandes rasgos, el B/L es el documento que emite el transportista (navieras, armadores o agentes consignatarios de buques), el capitán del buque o un agente, a instancia de los exportadores o de sus agentes de aduanas, como recibo del embarque de la mercancía y para certificar el estado en que se encuentran, entre otras funciones.

Comercio: El comercio es el intercambio de bienes y servicios entre varias partes. Puede hacerse a cambio de otros bienes y servicios de igual valor, o por dinero.

Desarrollo económico: Se refiere al progreso económico de una región o país, que se mide a través del aumento del ingreso per cápita, reducción de la pobreza y mejora en la calidad de vida. El emprendimiento en sectores como la moda puede contribuir significativamente al desarrollo económico local al generar empleo y fomentar la innovación.

DIAN: La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) es una entidad adscrita al Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Nació en 1992, pero realmente se formó en 1993 al fusionar dos unidades: La Dirección de Impuestos Nacionales (DIN) y la Dirección de Aduanas Nacionales (DAN).

Divisas: Las divisas son las monedas utilizadas en los intercambios comerciales y financieros internacionales. Estas monedas son emitidas y reguladas por los gobiernos de cada país y son intercambiadas a nivel mundial para la realización de transacciones comerciales, inversiones y pagos de deudas.

Emprendimiento: Se refiere al proceso de iniciar y gestionar un nuevo negocio, buscando oportunidades en el mercado. Incluye la identificación de necesidades, la creación de un plan de negocio y la implementación de estrategias para alcanzar los objetivos fijados. En el contexto de la moda, el emprendimiento implica la innovación y la adaptación a las tendencias del mercado.

Exportación: La exportación es el proceso mediante el cual bienes o servicios son enviados a otro país para su venta. Es una estrategia fundamental para expandir mercados y aumentar ingresos. En el contexto del emprendimiento local, exportar ropa deportiva implica superar barreras comerciales y adaptar productos a las preferencias del mercado internacional.

Inclusión social: Este concepto abarca las políticas y acciones que buscan garantizar que todas las personas tengan acceso a recursos económicos, sociales y culturales. Promover el emprendimiento entre grupos vulnerables puede ser una vía efectiva para fomentar la inclusión social y reducir desigualdades en diversas comunidades.

Incoterm: Son los Términos de Comercio Internacional que definen los responsables de cada aspecto de las negociaciones con respecto a: documentos, transporte, fletes y seguros.

Pro Colombia: Es la organización encargada de promover el turismo, la inversión extranjera en Colombia, las exportaciones no minero energético y la imagen del país. A través de su red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos orientados a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocio.

Moda: Es una forma de expresión cultural y social que se manifiesta a través de la vestimenta, los accesorios y los estilos de vida. En este marco, se considera también como un sector económico que abarca el diseño, la producción y la comercialización de productos relacionados con la vestimenta.

Ropa deportiva: Este término se refiere a prendas diseñadas específicamente para la práctica de actividades deportivas y físicas. Se caracteriza por su funcionalidad, comodidad y estilo. La ropa deportiva femenina ha ganado popularidad en los últimos años debido a un aumento en la participación de mujeres en actividades deportivas y una mayor conciencia sobre el bienestar físico.

Rut : Constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta y no contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio; los responsables del régimen común y los pertenecientes al régimen simplificado; los agentes retenedores; los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros, y los demás sujetos de obligaciones administradas por la U.A.E. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), respecto de los cuales esta requiera su inscripción. Define su administración, elementos, obligados, inscripción, verificación de información, actualización, suspensión, cancelación, formulario, prueba, entre otras disposiciones.

Recursos financieros: Los recursos financieros son los medios y activos que una entidad utiliza para gestionar su dinero y sus transacciones económicas. Estos recursos incluyen efectivo, cuentas bancarias, inversiones, préstamos, líneas de crédito y cualquier otro activo o instrumento financiero que pueda convertirse en capital líquido.

TLC: (Tratado de Libre Comercio) Un Tratado de Libre Comercio es un acuerdo regional o bilateral, a través del cual se establece una zona de libre comercio de bienes y servicios, en la que se eliminan aranceles.

Se negocian con el propósito de ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes del mencionado acuerdo.

VUCE: La Ventanilla Única de Comercio Exterior –VUCE– es la principal herramienta de Facilitación del Comercio del País, a través de la cual se canalizan

trámites de comercio exterior de 52.000 usuarios vinculados a 20 entidades del Estado, coordinadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el fin de intercambiar información, eliminar redundancia de procedimientos, implementar controles eficientes y promover actuaciones administrativas transparentes.

(procolombia)

(google)

(Turismo)

(Economipedia)

(Bogota, 2013)

(ANALDEX, 2018)

(Economipedia)

(Comercio)

5.3. Marco Legal

El comercio exterior es un pilar fundamental para el desarrollo económico de Colombia, y su regulación se encuentra enmarcada en una serie de normas, leyes y decretos que buscan estructurar y facilitar las actividades comerciales a nivel internacional. A lo largo de los años, el Gobierno Nacional ha implementado diversas disposiciones con el objetivo de fomentar la internacionalización de la economía colombiana, proteger los derechos de los consumidores y promover prácticas comerciales justas.

Tabla 2. *Marco legal*

Norma, Ley o Decreto	Descripción	Objeto relacionado a la investigación
Ley 7 de 16 de enero de 1991	Por la cual se dictan normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular el comercio exterior del país, se crea el Ministerio de Comercio Exterior, se determina la composición y funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior, se crean el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica, se confieren unas autorizaciones y se dictan otras disposiciones.	Impulsar, promover y estimular la internacionalización de la economía colombiana.
Decreto 2505 de 1991	Por el cual se transforma el Fondo de Promoción de Exportaciones en el Banco de Comercio Exterior, y se define la naturaleza jurídica, la organización y las funciones de este.	El Objeto principal del Banco de Comercio Exterior consiste en financiar y promover las actividades relacionadas con la exportación.
Decreto 2685 de 1999	Por el cual se modifica la Legislación Aduanera.	La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales podrá efectuar mediante resoluciones, clasificaciones arancelarias de conformidad con el Arancel de Aduanas Nacional.
Resolución 4240 del 2000	Por la cual se reglamenta el Decreto 2685 de diciembre 28 de 1999.	Expedir la resolución de clasificación arancelaria a petición de particular.
Decreto 2788 de 2004	Por el cual se reglamenta el Registro Único Tributario de que trata el artículo 555-2 del Estatuto Tributario.	El Registro Único Tributario, RUT, es el mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Es obligación para los importadores y exportadores.
RESOLUCIÓN 1950 DE 2009	por la cual se expide el Reglamento	El objeto fundamental del presente

	Técnico sobre Etiquetado de Confecciones.	reglamento técnico es el de establecer medidas tendientes a reducir o eliminar la inducción a error a los consumidores.
DECRETO 1351 DE 2016	Por el cual se adiciona un capítulo al Libro 2, Parte 2, Título 3, del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, y se dictan otras disposiciones."	El objeto, describir el procedimiento para la elaboración de listas de materiales e insumos de escaso abasto para el sector textil y confecciones en Colombia, permitiendo que los materiales e insumos en condición de desabastecimiento sean calificados como "mercancías originarias" cuando se utilicen para elaborar mercancías exportables y, en tal condición, podrán obtener las preferencias arancelarias pactadas en determinados acuerdos comerciales.
LEY 67 DE 1979	Por la cual se dictan las normas generales a las que deberá sujetarse el Presidente de la República para fomentar las exportaciones a través de las sociedades de comercialización internacional y se dictan otras disposiciones para el fomento del comercio exterior.	Con el fin de fomentar las exportaciones de conformidad con los términos de la presente Ley y en desarrollo del ordinal 22 del artículo 120 de la Constitución Nacional, el Gobierno podrá otorgar incentivos especiales a las sociedades nacionales o mixtas que tengan por objeto la comercialización de productos colombianos en el exterior.
DECRETO 1165 DE 2019	por el cual se dictan disposiciones relativas al Régimen de Aduanas en desarrollo de la Ley 1609 de 2013.	Que mediante el mencionado decreto el Gobierno nacional promueve el fortalecimiento de los criterios de gestión de riesgo en el ejercicio del control aduanero, en orden a neutralizar las conductas de contrabando y lavado de activos,

		prevenir el riesgo ambiental y la violación de los derechos de propiedad intelectual, defender la salud, garantizar la seguridad en fronteras y, en general, la seguridad de la cadena logística;
--	--	---

Tabla 2

(publica, Funcion publica, 1991)

(publica F. , 1991)

(normativo, 1999)

(DIAN, 2000)

(Publica, 2004)

(juriscol, 2009)

(funcion, 2016)

(Oficial, 1979)

(Juriscol, 2019)

5.4. Marco Contextual

En el suroriente de Cali, oficialmente distrito especial, deportivo, cultural, turístico, empresarial y de servicios de Santiago de Cali, es un distrito colombiano, capital del departamento de Valle del Cauca y la tercera ciudad más poblada de Colombia. Está situada en la región Sur del Valle del Cauca, geográficamente la ciudad se ubica en el Valle del Río Cauca formado por la cordillera occidental y la cordillera central de la región andina. Es la única gran ciudad de Colombia que posee un acceso

rápido al Océano Pacífico, está situada 114 km de Buenaventura, principal puerto del país. Fue fundada el 25 de julio de 1536 por Sebastián de Belalcázar, lo que la convierte en una de las ciudades más antiguas de América. La ciudad es uno de los principales centros económicos e industriales de Colombia, además de ser el principal centro urbano, cultural, económico, industrial y agrario del suroccidente del país y el tercero a nivel nacional después de Bogotá y Medellín.

Suroriente de Cali: esta región cuenta con una comunidad emprendedora activa y recursos locales para la producción textil. Sin embargo, puede carecer de acceso a mercados internacionales.

Estados Unidos: Un mercado potencial con alta demanda de ropa deportiva femenina, especialmente en ciudades donde la cultura del fitness es fuerte. (Gym)

Es por esto que este proyecto de investigación, ofrece un manual o guía para que estos pequeños emprendedores conozcan el paso a paso para que puedan exportar a Estados Unidos sus emprendimientos relacionados con la ropa deportiva para dama.

- Falta de conocimiento: Muchos pequeños emprendedores pueden no estar al tanto de las oportunidades que ofrece el mercado Estadounidense o de cómo realizar exportaciones.
- Recursos limitados: La falta de financiamiento y apoyo logístico puede dificultar la capacidad de estos emprendedores para llevar sus productos al exterior.

- Barreras a la Exportación: Los emprendedores enfrentan múltiples barreras que limitan su capacidad de exportar, incluyendo el desconocimiento sobre normativas internacionales, altos costos logísticos y falta de financiamiento. El 64.9% de los encuestados identificó los costos de transporte y logística como una barrera significativa.

Muchos emprendedores se ven limitados a exportar, ya que no cuentan con el conocimiento necesario para poder hacer realidad ese sueño de poder expandirse y crecer como empresa, generando empleo y mayor crecimiento de la economía del país.

para que: Se busca mejorar la calidad de vida de las personas, generando un empleo que mejore sus ingresos y la calidad de vida de sus familias, con la visión de que el mercado internacional crezca y brindando oportunidades para los pequeños emprendedores del suroriente de Cali.

- Acceso a nuevos mercados: Exportar a EE.UU. podría diversificar sus ingresos y ofrecer una plataforma más amplia para sus productos.

- Incrementar la visibilidad: Participar en un mercado internacional puede ayudar a elevar el perfil de sus marcas y atraer más clientes.

- Contribuir al desarrollo local: Al establecer conexiones comerciales en el extranjero, estos emprendedores pueden generar empleo y fomentar el crecimiento económico en su comunidad.

Quién o quiénes:

- Pequeños emprendedores del suroriente de Cali: Grupos o individuos que producen ropa deportiva y buscan expandir su negocio, pero aún no han dado el paso hacia la exportación.

- Consumidores Estadounidenses: Mujeres activas que buscan opciones únicas y de calidad en ropa deportiva, lo que podría ser una ventaja competitiva para los productos colombianos.

- Organizaciones locales y gubernamentales: Entidades que podrían ofrecer apoyo, capacitación y recursos para facilitar la exportación.

En Colombia se han realizados acuerdos para facilitar el comercio a los empresarios, el TLC o los Tratados de Libre Comercio de Colombia han permitido que el país tenga un progreso importante en su economía, pues a través de ellos se ha ampliado el mercado de bienes y servicios para los colombianos. También, crean vínculos cercanos con los países socios, permitiendo fortalecer las relaciones bilaterales y/o regionales. Por otro lado, este tipo de acuerdo comercial les permite a los exportadores proyectar sus negocios, comparar sus productos con la oferta mundial y generar más empleos. Aquí le explicamos acerca de este tema, cuál es su influencia en el país y cuáles son los acuerdos que se encuentran vigentes en este momento.

El 15 de mayo de 2012. Así lo establecieron los presidentes de **Colombia, Juan Manuel Santos, y de EE.UU., Barack Obama**, durante la pasada Cumbre de las Américas, en Cartagena, donde se llevó a cabo el correspondiente canje de notas entre los dos gobiernos.

Colombia es un país que ha optado por abrirse a nuevos mercados y buscar grandes oportunidades a nivel mundial. Todo esto debido a los beneficios que puede generar el libre comercio y su impacto en el crecimiento económico del país.

Por este motivo se han desarrollado los Tratados de Libre Comercio de Colombia, los cuales tienen como objetivo los siguientes aspectos: Incrementar los flujos comerciales y los flujos de inversión, impulsar la cooperación económica bilateral, apoyar la remoción de las barreras arancelarias y fomentar las relaciones diplomáticas.

En la actualidad Colombia cuenta con 17 acuerdos, los cuales están relacionados a diferentes países y uniones de países. Estos son los Tratados de Libre Comercio vigentes en el país:

México

Firma: 13 de junio de 1994

Vigencia: 1 de enero de 1995

El Salvador, Guatemala y Honduras

Firma: 9 de agosto de 2007

Vigencia: 12 de noviembre de 2009

Comunidad Andina (CAN)

Firma: 26 de mayo de 1969

Vigencia: 16 de octubre de 1969

Comunidad del Caribe (CARICOM)

Firma: 24 de julio de 1994

Vigencia: 1 de enero de 1995

Chile

Firma: 27 de noviembre de 2006

Vigencia: 8 de mayo de 2009

Estados AELC (EFTA)

Firma: 25 de noviembre de 2008

Vigencia: 1 de julio de 2011

Canadá

Firma: 21 de noviembre de 2008

Vigencia: 15 de agosto de 2011

Estados Unidos

Firma: 22 de noviembre de 2006

Vigencia: 15 de mayo de 2012

MERCOSUR

Firma: 21 de julio de 2017

Vigencia: 20 de diciembre de 2017

Venezuela

Firma: 28 de noviembre de 2011

Vigencia: 19 de octubre de 2012

Cuba

Firma: 15 de septiembre de 2000

Vigencia: 10 de julio de 2001

Unión Europea

Firma: 26 de junio de 2012

Vigencia: 5 de noviembre de 2014

Alianza del Pacífico

Firma: 6 de junio de 2012

Vigencia: 1 de mayo de 2016

Costa Rica

Firma: 22 de mayo de 2013

Vigencia: 1 de agosto de 2016

Corea del Sur

Firma: 21 de febrero de 2013

Vigencia: 15 de julio de 2016

Nicaragua

Firma: 2 de marzo de 1984

Vigencia: 2 de septiembre de 1985

Israel

Firma: 30 de septiembre de 2013

Vigencia: 11 de agosto de 2020

Este acuerdo comercial que tiene Colombia con los países mencionados les permite a los exportadores aprovechar las condiciones favorables de comercio para que sus productos lleguen a más mercados internacionales. Lo invitamos a conocer los beneficios de los TLC vigentes y mantenerse al tanto de aquellos que se encuentran en proceso con países como Japón y Reino Unido.

(procolombia, exportaciones turismo inversion marca pais)

(turismo)

5.5. Marco Temporal

El presente trabajo de investigación se dio a cabo en dos fases del proceso académico en el Instituto Técnico Nacional De Comercio «Simón Rodríguez» INTENALCO.

Desarrollar este proyecto puede ser una oportunidad significativa para crecer y adaptarse a las tendencias actuales del mercado global. A lo largo de este proceso, es vital tener presente que la industria del fitness ha experimentado un crecimiento constante.

Primera fase: Esta se llevó a cabo desde la primera semana de febrero del 2024 hasta finales de mayo del 2024, en este tiempo se realizó un gran avance en la cual inicio desde la portada, introducción, objetivos, formulación del problema, justificación, marcos, hasta diseño metodológico.

Segunda fase: esta da inicio en agosto del 2024 hasta noviembre del 2024, se realizó el resultado y análisis, diagnostico, conclusiones, recomendaciones, anexos (guía o manual) y referencias.

6. Diseño Metodológico

6.1. Tipo De Investigación

Para alcanzar el objetivo que se pretende en la investigación, se hace necesario utilizar el tipo de investigación Mixta, mediante el cual se esperan obtener los resultados para obtener una visión más completa, con el fin de dar un carácter único de las observaciones, con una Comprensión explicativa y predicativa de la realidad de el porque los pequeños emprendedores no exportan sus productos al exterior.

6.2. Enfoque De La Investigación

Con todo lo anterior se llega a la siguiente conclusión si se quiere obtener los resultados deseados el enfoque de la investigación que se debe utilizar debe ser mixto, descriptivo - deductivo, ya que el resultado se busca representar al finalizar este ejercicio una guía o manual para que una persona del común conozca como es el proceso de exportación de ropa deportiva femenina y que al final tenga un resultado satisfactorio.

6.3. Población Y Muestra

Para el análisis cuantitativo la investigación realizada se busca conocer que tan familiarizados se encuentran los pequeños emprendedores del suroriente de Cali con el proceso de exportación de ropa deportiva femenina a los Estados Unidos, por lo que la población para analizar principalmente, son estos pequeños emprendedores y que se encuentran relacionadas con el proceso de exportación de ropa deportiva femenina. El muestreo es realizado a (cantidad de encuestados de emprendedores del suroriente de Cali), para determinar el conocimiento actual de los mismos frente a un proceso de exportación y conocer los mayores obstáculos en el intento o deseo de exportar sus productos.

6.4. Datos Estadísticos Según El DANE

El número de empresas inscritas (nuevas y renovadas) en la cámara de comercio de Cali en el primer semestre de 2024 registro un crecimiento anual de 0.7%, pasando de 95.774 en enero-junio de 2023 a 96.401 en el mismo periodo de 2024(grafico 2).

Grafico 1. Configuración del tejido empresarial * (miles) de la cámara de comercio de Cali según movimiento
I semestre (2019-2024)

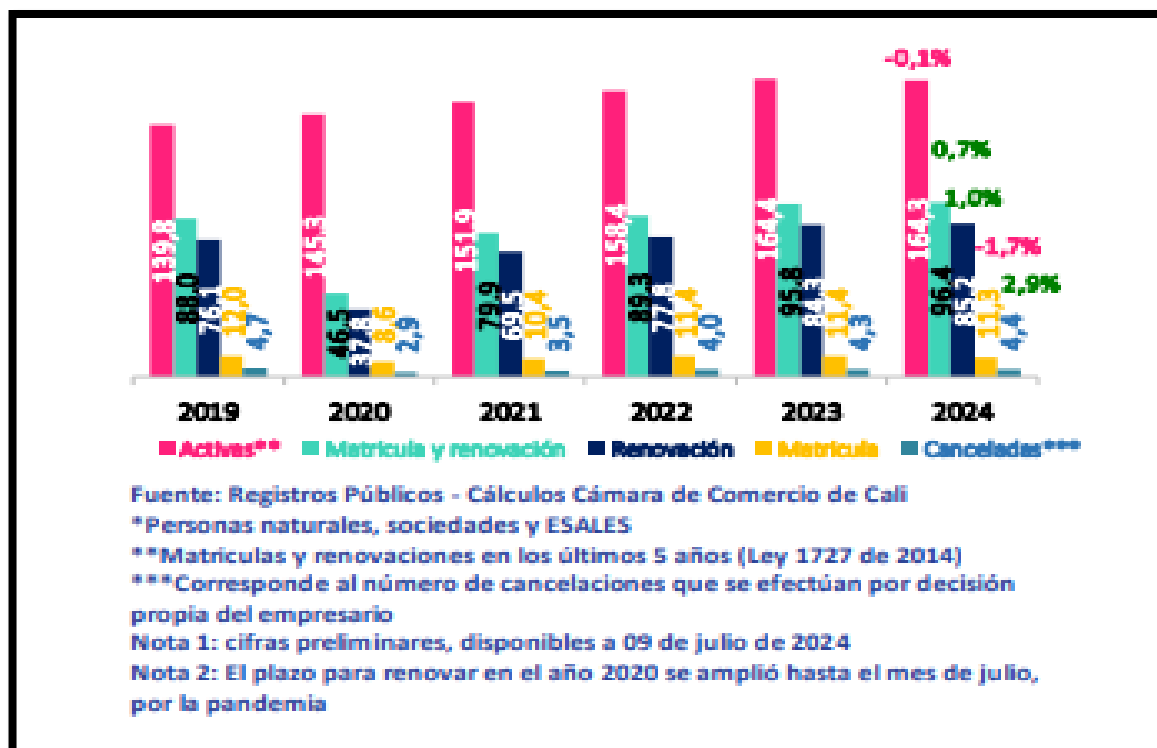


Ilustración 1

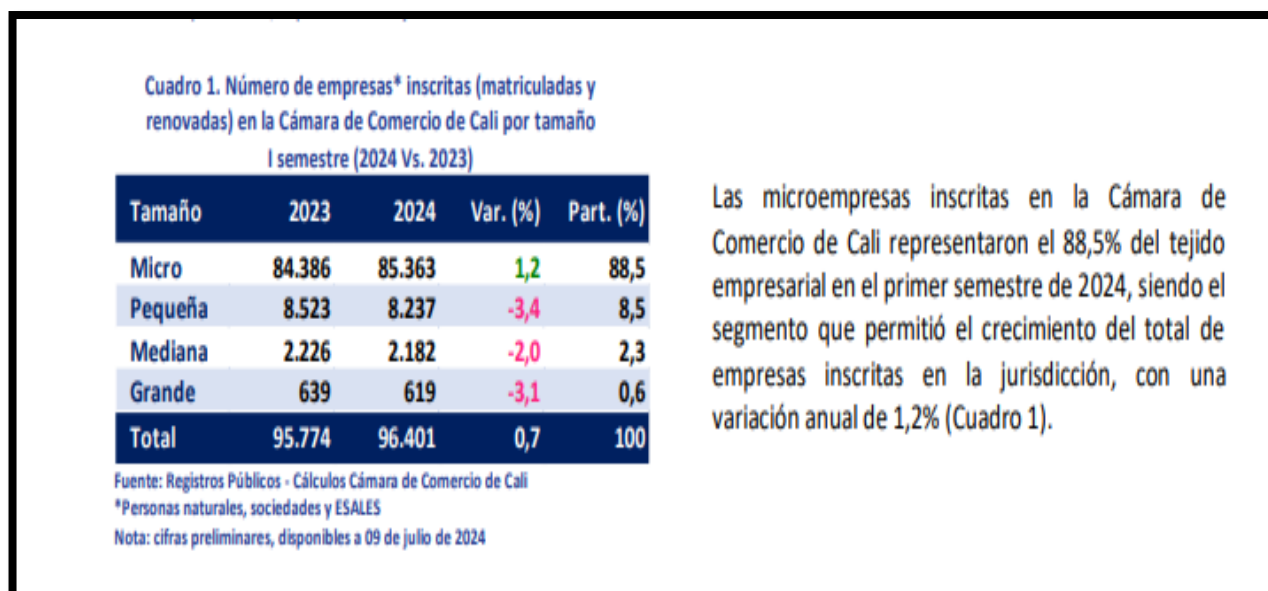


Ilustración 2

6.5. Instrumentos Para Recolección De Información

En esta investigación es fundamental la realización de una encuesta ya que esta permite recopilar datos relevantes sobre el conocimiento y las percepciones de los emprendedores respecto al proceso de exportación.

Para determinar el número adecuado de encuestados, se utilizó una fórmula estadística que asegura que la muestra sea representativa de la población objetivo.

6.6. Formula

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

$$n = \frac{96401 \times 1.65^2 \times 0.70 \times (1-0.70)}{(96401-1)10^{-2} + 1.65^2 \times 0.70(1-0.70)} = 57$$

n = Tamaño de la muestra=?

N = Población universo=96.401

p = Probabilidad de aceptación del producto = 0.70

q = Probabilidad de no aceptación del producto =0.30 $q = 1 - p$

Z = Nivel de confianza = 1.65

e = Margen de error = 0.10

Teniendo en cuenta las necesidades de la investigación se decide utilizar el instrumento de la encuesta, la cual se construyó y realizó en la herramienta Google Forms, ya que permite realizar formularios personalizados, con diferentes tipos de preguntas, facilidad de uso para los que respondan la encuesta y con un módulo que permite analizar las respuestas en tiempo real, así como también los diseños gráficos.

6.7. Diseño De La Encuesta

El diseño de esta encuesta tiene como objetivo identificar y analizar los principales desafíos y obstáculos que enfrentan los emprendedores del suroriente de Cali en el proceso de exportación de ropa deportiva femenina a Estados Unidos.

Cuestionario: El objetivo de este cuestionario es obtener información detallada sobre las experiencias y percepciones de los emprendedores del suroriente de Cali en relación con la exportación de ropa deportiva femenina a Estados Unidos. A través de las preguntas, se busca identificar los principales inconvenientes que enfrentan, como falta de conocimiento del mercado, costos de exportación y barreras legales.

Además, el cuestionario pretende conocer el perfil del emprendedor, su ubicación y experiencia en el negocio, así como su familiaridad con las regulaciones e investigaciones previas sobre el mercado estadounidense. También se busca entender qué tipo de apoyo consideran necesario para facilitar la exportación y cómo perciben la competencia en ese mercado.

¿Qué inconveniente ha tenido como emprendedor del suroriente de Cali para exportar ropa deportiva femenina a Estados Unidos?

¿Nombre de su emprendimiento/negocio?

¿Dónde se encuentra ubicado tu negocio?

¿Cuánto tiempo llevas emprendiendo/ negocio funcionando?

- A. Entre 1 mes a 6 meses
- B. Entre 7 meses a 11 meses
- C. Entre 1 año a 3 años
- D. Mas de 3 años

¿Qué edad tienes?

- A. Entre 15 y 20 años
- B. Entre 21 y 25 años
- C. Entre 26 y 30 años
- D. Entre 31 y 35 años
- E. Mas de 36 años

¿Qué inconvenientes ha tenido usted para exportar ropa deportiva femenina a Estados Unidos?

- A. Falta de conocimiento sobre el mercado
- B. Costos de exportación
- C. Barreras legales
- D. Falta de demanda percibida

¿Ha investigado alguna vez el mercado estadounidense para ropa deportiva femenina?

- A. Sí, en detalle
- B. Sí, de manera superficial
- C. No, nunca

¿Qué tan familiarizado está con las regulaciones de importación en EE. UU.?

- A. Muy familiarizado
- B. Algo familiarizado
- C. Poco familiarizado
- D. No estoy familiarizado en absoluto

¿Cuáles considera que son las principales barreras económicas para exportar a EE. UU.?

- A. Costos de producción altos
- B. Costos de transporte y logística
- C. Aranceles e impuestos

¿Qué tipo de apoyo necesitaría para considerar la exportación a EE. UU.?

- A. Asesoría legal y regulatoria
- B. Información sobre el mercado y tendencias
- C. Apoyo financiero o subsidios
- D. Redes de contacto y distribución

¿Cuál es su percepción sobre la competencia en el mercado estadounidense?

- A. Muy alta, es difícil competir
- B. Moderada, podría ser viable con una buena estrategia
- C. Baja, creo que hay pocas oportunidades

¿Qué canales de venta considera más relevantes para vender ropa deportiva femenina en EE. UU.?

- A. Tiendas físicas
- B. Comercio electrónico (propio o plataformas como Amazon)
- C. Distribuidores locales

¿Ha exportado alguna vez?

- A. Si
- B. No

¿Hace cuánto tiempo ha estado considerando la posibilidad de exportar a EE.

UU.?

- A. No lo he considerado
- B. Menos de 6 meses
- C. Entre 6 meses y 1 año
- D. Más de 1 año

¿Consideras que el mercado estadounidense es viable para tus productos de ropa deportiva femenina?

- A. Si
- B. No

6.8. Técnicas De Análisis De Datos

En primera instancia, se organiza los datos de las encuestas en un formato adecuado de tal manera que se obtenga una visión general de los datos.

Adicionalmente, se plasmará gráficamente la distribución de las respuestas, para luego

identificar grupos, patrones, tendencias, segmentos o criterios relevantes como el grado de experiencia o conocimiento en exportación de ropa deportiva femenina y comparar.

Tabla 3. Técnicas de análisis de datos

Instrumento	Técnica de análisis	Descripción
Encuesta	Teoría fundamentada en estadística inferencial por muestreo y probabilidades	De los datos obtenidos en las encuestas, servirá como soporte para “Diseñar un manual de orientaciones para la exportación de ropa deportiva femenina de pequeños emprendedores del suroriente de Cali a Estados Unidos.” Para identificar y responder a las necesidades de los interesados.

Tabla 3

7. RESULTADO Y ANALISIS

A continuación, se detallan los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta:

1. ¿Nombre de su emprendimiento/negocio?
2. ¿Dónde se encuentra ubicado tu negocio?

Grafico 2. Pregunta 2 encuesta



Ilustración 3

Nota: Google Forms

En la primera grafica se puede visualizar que todos los encuestados (100%) están ubicados en Cali, lo que indica un enfoque homogéneo en la región

3. ¿Cuánto tiempo llevas emprendiendo/negocio funcionando?

- Entre 1 mes a 6 meses
- Entre 7 meses a 11 meses
- Entre 1 año a 3 años
- Mas de 3 años

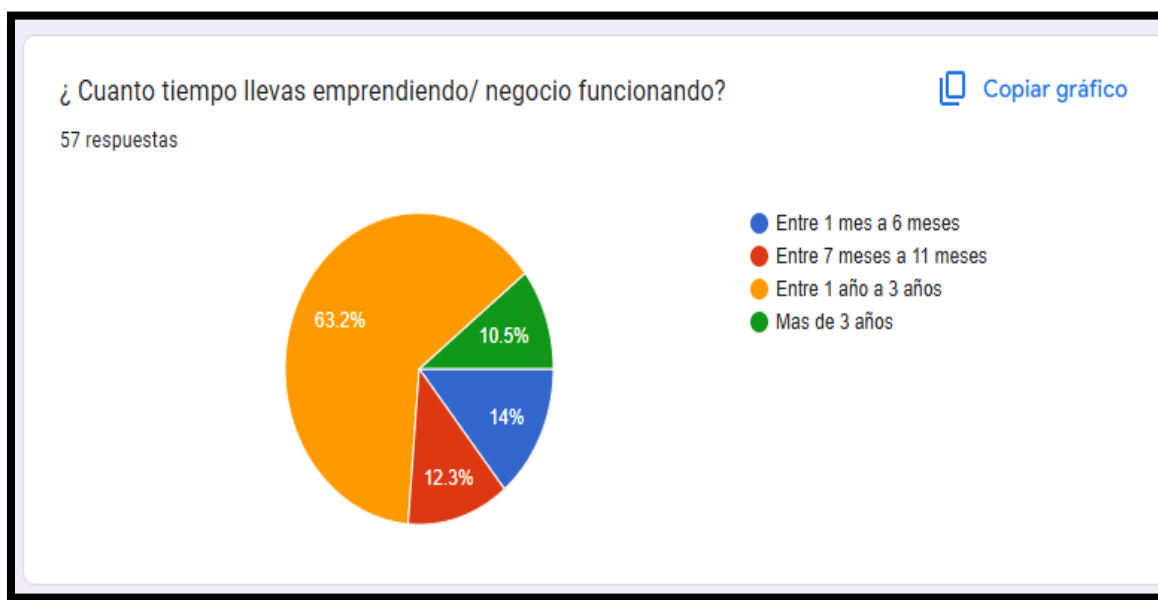


Ilustración 4

Gráfico 3. Pregunta 3 encuesta.

Nota: Google Forms.

Para el análisis con relación al tiempo que lleva emprendiendo el negocio, la mayoría (63,2%) tiene entre 1 y 3 años de experiencia en sus negocios. Esto sugiere que muchos emprendedores son relativamente nuevos, lo que puede influir en su conocimiento sobre exportaciones.

4. ¿Qué edad tienes?

- Entre 15 y 20 años
- Entre 21 y 25 años
- Entre 26 y 30 años
- Entre 31 y 35 años
- Mas de 36 años

Grafico 4. Pregunta 4 encuesta.

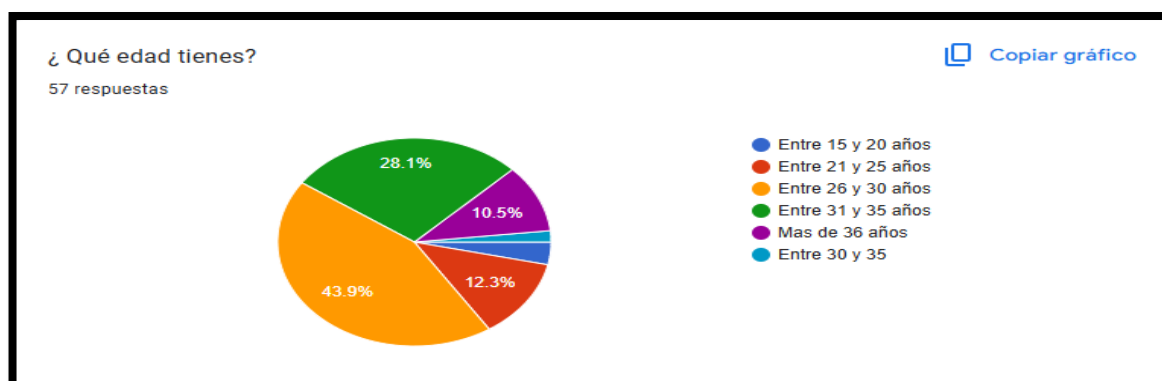


Ilustración 5

Nota: Google Forms

La mayoría (43,9%) tiene entre 26 y 30 años, seguido por el grupo de 31 a 35 años (28,1%). Esto indica una población emprendedora es joven con potencial para innovación.

5. ¿Qué inconvenientes ha tenido usted para exportar ropa deportiva femenina a Estados Unidos?

- Falta de conocimiento sobre el mercado
- Costos de exportación
- Barreras legales
- Falta de demanda percibida

Grafico 5. Pregunta 5 encuesta.

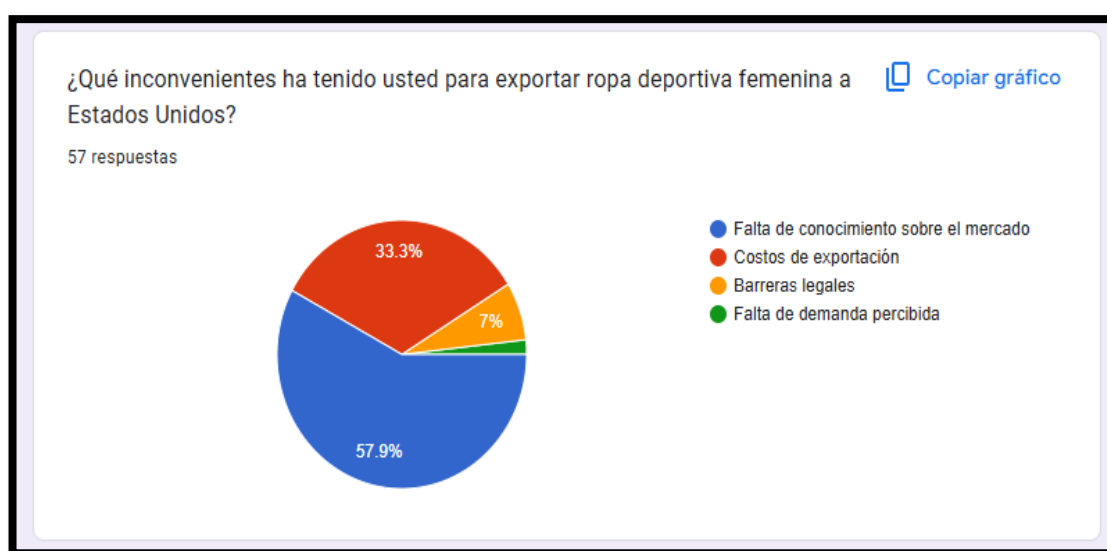


Ilustración 6

Nota: Google Forms

El principal obstáculo identificado para competir en el mercado estadounidense es la falta de conocimiento del mercado (57,9%). Otros desafíos incluyen los altos costos de exportación (33,3%) y barreras legales (7%), mientras que la falta de demanda percibida (1,8%) es considerada menos preocupante, pero aún relevante. Estos factores afectan la rentabilidad y deben ser considerados.

6. ¿Ha investigado alguna vez el mercado estadounidense para ropa deportiva femenina?

- Si, en detalle
- Si, de manera superficial
- No, nunca

Grafico 6. Pregunta 6 encuesta.

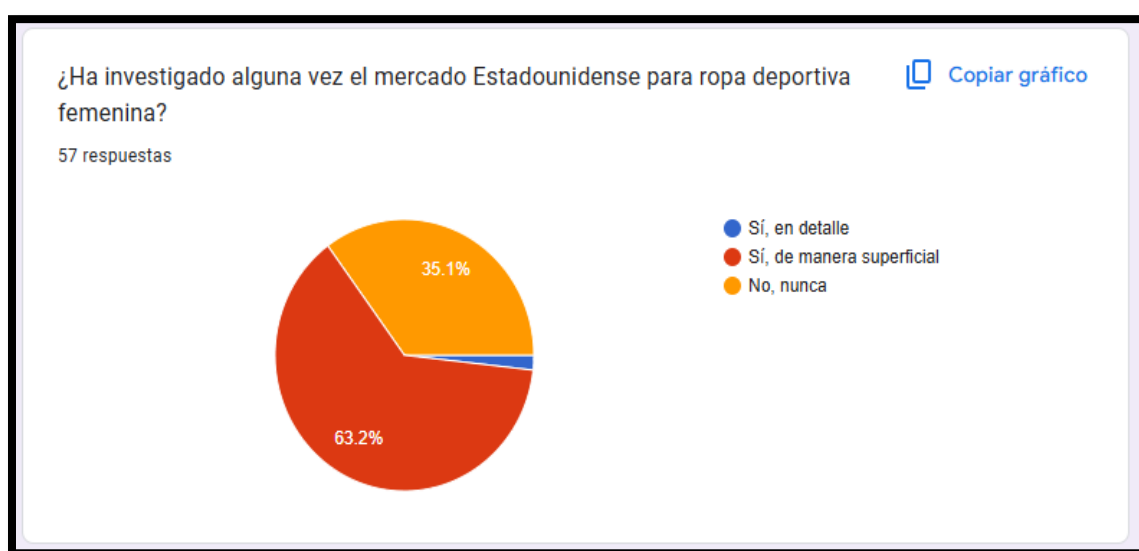


Ilustración 7

Nota: Google Forms

La mayoría con un porcentaje del 63,2% ha investigado el mercado estadounidense de manera superficial, y un 35,1% no lo ha hecho en absoluto. Esto refuerza la idea de que hay una falta de comprensión más profunda del entorno comercial en EE.UU. y solo un 1.7% de los encuestados nunca han investigado el mercado estadounidense para ropa deportiva.

7. ¿Qué tan familiarizado está con las regulaciones de importación en EE. UU?

- Muy familiarizado
- Algo familiarizado
- Poco familiarizado
- No estoy familiarizado en absoluto

Grafico 7. Pregunta 7 encuesta.

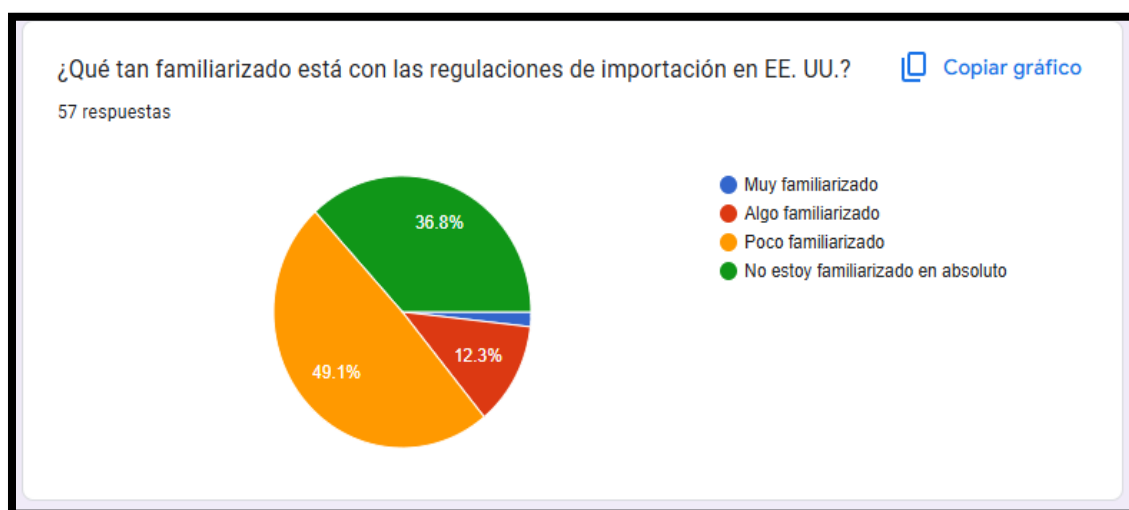


Ilustración 8

Nota: Google Forms

Un alto porcentaje (49,1%) se siente poco familiarizado con las regulaciones de importación en EE.UU., y un 36,8% no está familiarizado en absoluto. Esto indica una clara necesidad de capacitación y educación sobre regulaciones comerciales, por lo que el manual de orientaciones para exportación de pequeños emprendedores sería una gran ayuda.

8. ¿Cuáles considera que son las principales barreras económicas para exportar a EE. UU.?

- Costos de producción altos
- Costos de transporte y logística
- Aranceles e impuestos

Grafico 8. Pregunta 8 encuesta.



Ilustración 9

Nota: Google Forms

El 64,9% considera que los costos de transporte y logística son una barrera económica significativa para la exportación. Los aranceles e impuestos con un porcentaje del 26.3% también son preocupaciones relevantes.

9. ¿Cuál es su percepción sobre la competencia en el mercado estadounidense?

- Muy alta, es difícil competir
- Moderada, podría ser viable con buena estrategia
- Baja, creo que hay pocas oportunidades

Grafico 10. Pregunta 10 encuesta.



Ilustración 10

Nota: Google Forms

Analizando los resultados a esta pregunta se puede observar que el 78,9% cree que la competencia es moderada y podría ser viable con una buena estrategia. Esto indica optimismo y potencial entre los emprendedores para penetrar el mercado estadounidense si reciben el apoyo adecuado.

10. ¿Qué canales de venta considera más relevantes para vender ropa deportiva femenina en EE. UU?

- Tiendas físicas
- Comercio electrónico (propio o plataformas como Amazon)
- Distribuidores locales

Grafico 11. Pregunta 11 encuesta.



Ilustración 1

Nota: Google Forms

El 98,2% de los encuestados considera que el comercio electrónico es el canal más relevante para vender ropa deportiva femenina en EE. UU., lo que refleja la tendencia global hacia las compras en línea y muestra que los emprendedores se alinean con las preferencias del consumidor moderno. En cambio, solo el 1,8% valora a los distribuidores locales y el 0% a las tiendas físicas, lo que sugiere que pocos ven valor

en los canales tradicionales. Esto podría indicar una preferencia por modelos de negocio más accesibles y rentables, como el comercio electrónico.

11. ¿Ha exportado alguna vez?

- Si
- No

Grafico 12. Pregunta 12 encuesta.

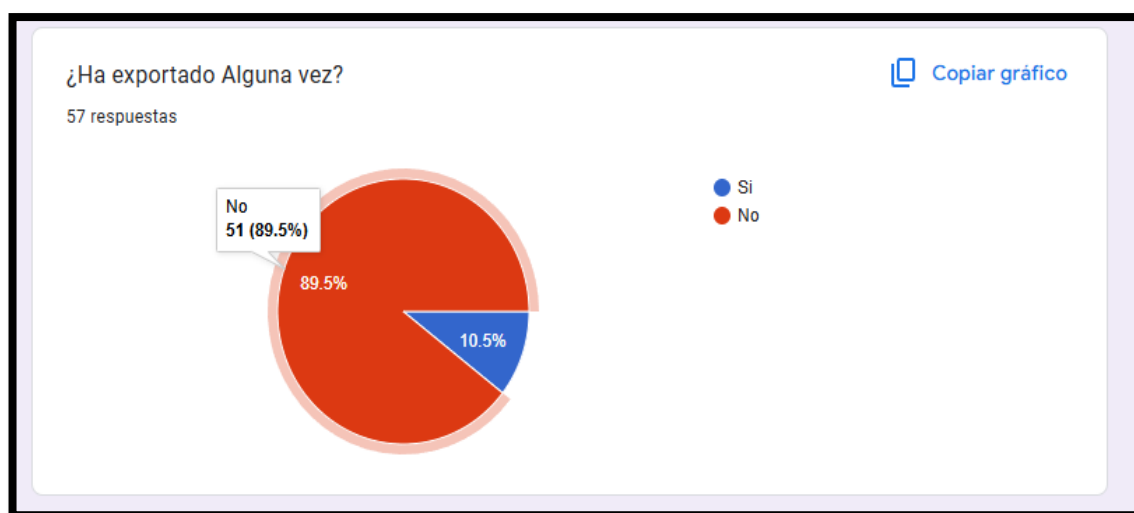


Ilustración 2

Nota: Google Forms

Obteniendo un resultado del 10,5% Sí / 89,5% No, la gran mayoría nunca ha exportado, lo que refuerza la idea de que muchos emprendedores son nuevos en el comercio internacional y pueden carecer de la experiencia necesaria para entrar en este mercado.

12. ¿Hace cuánto tiempo ha estado considerando la posibilidad de exportar a EE. UU?

- No lo he considerado
- Menos de 6 meses
- Entre 6 meses y 1 año
- Más de 1 año

Grafico 13. Pregunta 13 encuesta.



Ilustración 3

Nota: Google Forms

El 86% de los emprendedores no ha considerado seriamente la posibilidad de exportar a EE. UU. Esto puede indicar una falta de información o recursos, así como un enfoque en el mercado local.

Solo un pequeño porcentaje ha estado considerando la exportación durante menos de un año, lo que sugiere que muchos aún no han explorado activamente esta opción, han demostrado un Interés Limitado a esta opción de exportar.

13. ¿Consideras que el mercado estadounidense es viable para tus productos de ropa deportiva femenina?

- Si
- No

Grafico 14. Pregunta 14 encuesta.



Ilustración 4

Nota: Google Forms

Obteniendo una percepción positiva con un porcentaje del 84,2% los cuales respondieron que Si y a pesar de no haber considerado la exportación, una gran mayoría cree que el mercado estadounidense es viable para sus productos. Esto es alentador y muestra un potencial optimista entre los emprendedores para ingresar al mercado internacional si se les brinda el apoyo adecuado.

8. DIAGNOSTICO

El análisis de los resultados de la encuesta sobre el comercio electrónico y la exportación de ropa deportiva femenina al mercado estadounidense revela un panorama prometedor, pero también pone de manifiesto ciertos retos que deben ser abordados para asegurar el éxito en la internacionalización de los productos. En primer lugar, un asombroso 98,2% de los encuestados considera que el comercio electrónico es el canal más relevante para vender ropa deportiva femenina en Estados Unidos. Este dato no solo refleja la tendencia global hacia las compras en línea, sino que también destaca una clara alineación entre los emprendedores y las preferencias del consumidor moderno, quien cada vez más opta por la comodidad de comprar en línea. Este enfoque digital se percibe como una respuesta natural a los hábitos de consumo actuales, los cuales favorecen la accesibilidad y la inmediatez, cualidades que el comercio electrónico puede ofrecer de manera óptima. Además, un 84,2% de los emprendedores manifestó una percepción positiva del mercado estadounidense, respondiendo afirmativamente a la posibilidad de exportar sus productos a este país, a pesar de no haber considerado en profundidad los aspectos técnicos o logísticos de la exportación.

Este dato es altamente alentador, pues sugiere que existe un interés genuino y una disposición a explorar oportunidades de expansión internacional, siempre que se cuente con el apoyo adecuado. La mayoría de los emprendedores percibe el mercado estadounidense como viable y se sienten optimistas sobre sus posibilidades de éxito, lo que refuerza la idea de que el comercio electrónico podría ser una vía efectiva para

penetrar este mercado altamente competitivo. La encuesta también revela que el 63,2% de los emprendedores ha realizado una investigación superficial sobre el mercado estadounidense. Aunque esta cifra puede indicar una falta de profundidad en el análisis, también pone de manifiesto el interés y la disposición de los emprendedores a explorar nuevas oportunidades. Este deseo de exportar y expandirse es un indicio de que, si bien algunos aspectos del proceso de internacionalización no han sido completamente abordados, existe una clara intención de ingresar al mercado estadounidense. Este tipo de interés es crucial, ya que establece la base para futuras acciones de investigación de mercado y desarrollo de estrategias de exportación más detalladas. Un aspecto relevante del estudio es la percepción de la competencia en el mercado estadounidense.

El 78,9% de los encuestados considera que la competencia en este mercado es moderada, lo que podría interpretarse como un indicador de que los emprendedores creen que, con una estrategia adecuada, pueden competir efectivamente con otras marcas y empresas del sector. Este optimismo es esencial, ya que la competencia en Estados Unidos es, en muchos sectores, feroz y diversa. Sin embargo, la confianza de los emprendedores en su capacidad para implementar estrategias eficaces y adaptadas a este mercado puede ser una ventaja significativa. Además, la existencia de una percepción moderada de la competencia sugiere que los emprendedores están conscientes de los desafíos, pero también de las oportunidades que ofrece este mercado. Para facilitar la entrada exitosa en el mercado estadounidense, se hace evidente la necesidad de contar con recursos y orientación específicos. En este

sentido, el manual de orientaciones para exportar ropa femenina a Estados Unidos presentado en el estudio sería una herramienta valiosa. Este tipo de apoyo, que brinda información clave sobre los requisitos legales, logísticos y de mercado, podría ser fundamental para que los emprendedores comprendan mejor los pasos necesarios para una exportación exitosa y minimicen los riesgos asociados. Con un enfoque adecuado, que incluya tanto el conocimiento profundo del mercado como las estrategias de comercialización apropiadas, los emprendedores podrían no solo ingresar al mercado estadounidense, sino también lograr una consolidación exitosa de sus productos.

Las barreras que enfrenta la exportación de ropa deportiva para dama son multifacéticas y deben abordarse de manera integral. Una estrategia eficaz para superarlas debe incluir una mayor capacitación sobre exportaciones ya que estos pequeños emprendedores les falta conocimiento de normatividad y procesos de exportación; al tener recursos limitados es importante la búsqueda de recursos financieros adecuados y un enfoque en la investigación y el cumplimiento de las normativas internacionales. Con una planificación adecuada y una correcta adaptación al mercado, las posibilidades de éxito en la exportación podrían mejorar considerablemente.

9. CONCLUSIONES

- La investigación ha permitido identificar las barreras significativas que enfrentan los pequeños emprendedores del suroriente de Cali en su intento de exportar ropa deportiva femenina a Estados Unidos. A pesar de la creciente demanda en este mercado, los emprendedores se ven limitados por el desconocimiento de procesos de exportación, la falta de recursos financieros y la dificultad para adaptar sus productos a las preferencias de los consumidores estadounidenses. Estos factores no solo afectan la capacidad de exportación, sino que también limitan el potencial de crecimiento y desarrollo económico de la región.
- La elaboración del manual de orientaciones para la exportación se presenta como una herramienta clave para superar estas barreras, brindando a los emprendedores la información necesaria para navegar el proceso de exportación y mejorar su competitividad en el mercado internacional. Esta investigación no solo aporta a la comprensión de las dinámicas del comercio internacional desde una perspectiva local, sino que también sienta las bases para futuras políticas públicas y programas de apoyo a emprendedores en la región.
- Por otro lado, hay una gran oportunidad de mercado, ya que el mercado estadounidense representa un gran potencial para los pequeños emprendedores del suroriente de Cali, especialmente en el sector de la ropa deportiva femenina,

donde la demanda ha mostrado un crecimiento significativo. Un 84.2% de los encuestados considera que este mercado es viable para sus productos.

- **Conocimiento del Mercado:** La mayoría de los emprendedores (63.2%) ha investigado el mercado estadounidense de manera superficial, lo que indica una falta de comprensión más profunda de las dinámicas comerciales en EE.UU. Esto resalta la necesidad de capacitación y educación.
- **Percepción de la competencia:** Un 78.9% de los emprendedores cree que la competencia en el mercado estadounidense es moderada y que podría ser viable competir con una buena estrategia.

10. Recomendaciones

- Se recomienda implementar programas de capacitación para emprendedores que aborden temas como normativas internacionales, procesos de exportación y estrategias de marketing. Esto les permitirá mejorar su conocimiento y confianza en el ámbito internacional.
- Facilitar el acceso a asesoría legal y financiera es crucial para que los emprendedores comprendan los requisitos y costos asociados con la exportación. Se sugiere establecer alianzas con instituciones que ofrezcan estos servicios.
- Fomentar la creación de redes de contacto entre emprendedores locales y distribuidores o compradores en Estados Unidos puede abrir oportunidades de negocio. La participación en ferias y eventos comerciales en el extranjero es una estrategia efectiva.
- Promover la creación de fondos o subsidios específicos para emprendedores que deseen exportar puede ayudar a mitigar las barreras económicas. Las instituciones gubernamentales y ONG pueden jugar un papel fundamental en esta iniciativa.

- Se debe incentivar a los emprendedores a investigar y adaptar sus productos a las tendencias y preferencias del mercado estadounidense. Esto incluye el uso de materiales adecuados y el diseño de productos que resalten en el mercado.
- Si se lleva a cabo unas buenas recomendaciones y si son implementadas adecuadamente, pueden contribuir significativamente a potenciar la capacidad exportadora de los emprendedores del suroriente de Cali, favoreciendo su desarrollo y el crecimiento económico de la región

11. Anexos

(Manual para Exportar Ropa Deportiva Femenina de Cali a EE. UU)

[\(2\) MANUAL DE EXPORTACION PARA EMPRENEDORES.pdf](#)

[\(2\) MANUAL DE EXPORTACION PARA EMPRENEDORES.pptx](#)

Referencias

https://econexia.com/es/contenidos-articulo/moda-y-confeccion/855/Exportaciones-del-sistema-moda-han-crecido-196-?gad_source=1&qclid=Cj0KCQjwpvK4BhDUARIsADHt9sSJ0dVy33MWA2upAtm5phlKFQOryW83E5K_79RJZ6MF2M8XTUFpCplaApTREALw_wcB

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=64545>

<https://www.dian.gov.co/normatividad/Normatividad/Resoluci%C3%B3n%20004240%20de%2001-06-2000.pdf>

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=21598>

<https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Resolucion/4026128>

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=67199#:~:text=El%20Gobierno%20Nacional%20regular%C3%A1%20el,las%20compa%C3%B1%C3%ADas%20nacionales%20de%20transporte.>

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=67127>

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=64545>

<https://analdex.org/quienes-somos/>

<https://www.dian.gov.co/normatividad/Normatividad/Resoluci%C3%B3n%20004240%20de%2001-06-2000.pdf>

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=2159>

8

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=2159>

8

<https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Resolucion/4026128>

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=7585>

7

<https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1618487>

<https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30036618>

<https://www.tlc.gov.co/preguntas-frecuentes/abc-del-tratado-de-libre-comercio-entre-colombia-y>

<https://www.perfectgym.com/es/blog/business/estadisticas-industria-fitness-tendencias>

Marco Legal y Normatividad en Colombia

<https://www.clmcargo.com/es-co/normativas-de-exportacion-en-colombia#:~:text=Los%20documentos%20b%C3%A1sicos%20que%20se%20requieren%20para%20llevar,Documentos%20de%20transporte%2C%20como%20el%20conocimiento%20de%20embarque>

<https://www.dian.gov.co/normatividad/Normatividad/Resoluci%C3%B3n%20004240%20de%2001-06-2000.pdf>

Documentos para exportar ropa deportiva

<https://www.bing.com/search?q=documentos+requeridos+para+exportaci%C3%B3n+de+ropa+deportiva+en+Colombia&citationMarker=43dcd9a7-70db-4a1f-b0ae-981daa162054&toWww=1&redig=B07E535FE84E49D59E5A236AFDEDFEB9>

<https://www.bancolombia.com/negocios/comercio-internacional/exportar/proceso-aduanero/documentos-exportacion-colombia?citationMarker=43dcd9a7-70db-4a1f-b0ae-981daa162054>

https://www.google.com/search?q=imagen+del+rut&sca_esv=332c1457e26e21ac&rlz=1C1CHBF_esCO1076CO1076&udm=2&biw=1366&bih=607&ei=PwVAZ7OjFaD_wbkP0Pbw-QY&ved=0ahUKEwjzvseAiu-JAxEWgfzABHVA7PG8Q4dUDCBI&uact=5&oq=imagen+del+rut&gs_lp=EgNp

[bWciDmltYWdlbiBkZWwgcnV0MgUQABiABDIFEAAyGAQyBRAAGIAEMgcQABiABBgKMgcQABiABBgKMgcQABiABBgKMgcQABiABBgKMgcQABiABBgKMgcQABiABBgKSMAQUJcKWJcKcAF4AJABAJgBhgGgAYYBggEDMC4xuAEDyAEA-AEBmAICoAKjAcICBBAAGB6YAwCIBgGSBwMxLjGgB-EG&sclient=img#vhid= 2EuLdszPg01cM&vssid=mosaic](#)

[https://www.bancolombia.com/negocios/comercio-internacional/exportar/empezar/incoterms](#)

[https://economipedia.com/definiciones/arancel.html](#)

[https://www.partidalogistics.com/bill-of-lading-que-es/](#)

[https://www.dian.gov.co/dian/entidad/Paginas/Presentacion.aspx](#)

[https://www.dian.gov.co/](#)

[https://soporte.minomina.com/hc/es-419/articles/4406688062612-DIAN-Qu%C3%A9-es-este-organismo-y-De-qu%C3%A9-se-encarga](#)

[https://www.isdi.education/es/blog/recursos-financieros-que-son#:~:text=Los%20recursos%20financieros%20son%20los,pueda%20convertirse%20en%20capital%20l%C3%ADquido.](#)

[https://www.cesuma.mx/blog/que-son-las-divisas.html](#)

<https://procolombia.co/sala-de-prensa/noticias/colombiamoda-colombiatex-2023-ratifico-el-potencial-exportador-de-la-moda-nacional?citationMarker=43dcd9a7-70db-4a1f-b0ae-981daa162054>