



**Estudio de Factibilidad de una Exportación de Camisas Deportivas Desde Santiago de Cali,  
Colombia Hacia Colon - Panamá**

Sebastian Garcia

Héctor Torres

Instituto Técnico Nacional de Comercio “Simón Rodríguez”

Intenalco Educación Superior

Tecnología en Gestión de Comercio Exterior

Santiago de Cali

2025

**Estudio de Factibilidad de una Exportación de Camisas Deportivas Desde Santiago de Cali, Colombia Hacia Colon - Panamá**

Integrantes:

Sebastian Garcia

Héctor Torres

Asignatura:

Formulación y Elaboración De Proyectos

Presentado A:

Harrinson Sanchez Sevillano

Instituto Técnico Nacional de Comercio “Simón Rodríguez”

Intenalco Educación Superior

Tecnología en Gestión de Comercio Exterior

Santiago de Cali

2025

## Tabla de contenido

0. Introducción .....	9
1.0 Problema de Investigación .....	10
1.1. Identificación del Problema .....	10
1.2. Planteamiento Del Problema .....	11
1.3. Cuadro de Síntomas, Causas, Pronostico, y Control Pronostico.....	12
1.4. Formulación del Problema .....	13
1.5. Sistematización del Problema .....	13
2.0. Objetivos .....	14
2.1. Objetivo General .....	14
2.2. Objetivos Específicos .....	14
3.0. Justificación .....	15
3.1. Justificación Teórica .....	15
3.2. Justificación Practica.....	16
3.3. Justificación Metodológica .....	17
4. Marcos Referenciales.....	18
Antecedentes de la Investigación .....	18
4.1. Marco Teórico .....	21
4.2. Marco Conceptual .....	25
Acuerdo comercial: .....	25
Apertura comercial: .....	25
Arancel:.....	25
Capacidad de producción:.....	26
Carga no unitarizada: .....	26
Carga unitarizada: .....	26
Competitividad:.....	26
Contenedorización: .....	26
Economías de Escala: .....	27
Entorno empresarial:.....	27
Paletización:.....	27
Preferencias comerciales:.....	27
Ventaja comparativa:.....	28

4.3. Marco Contextual.....	28
4.4. Marco Legal .....	30
Ley Marco del Comercio Exterior 7 Y 9 de 1991 .....	31
Ley 7 de 1991.....	31
Ley 9 de 1991.....	32
Decreto 1165 del 2 de Julio de 2019.....	32
Art 343. Modalidades de Exportación .....	33
Exportación Definitiva.....	33
Definición de Exportación Definitiva.....	33
Requisitos del Importador y Exportador.....	34
Obligaciones del Importador y Exportador.....	34
Resolución 1 mayo 25 de 2018 Régimen Cambiario.....	36
Artículo 1o. Monedas de Reserva.....	39
Artículo 2o. Intervención en el Mercado.....	39
Circular Reglamentaria Externa – Dcin – 83 .....	40
Ley 1014 de 2006.....	40
Régimen Aduanero.....	40
Artículo 83. Depósitos Públicos .....	42
4.5. Marco Temporal.....	42
Anteproyecto:.....	42
Ejecución: .....	42
5. Diseño Metodológico.....	43
Características del Diseño .....	43
Fases del Diseño Metodológico .....	43
5.1. Clase o Tipo de Investigación .....	44
Enfoque Cualitativo .....	44
Estudio Cuantitativo.....	44
5.2. Método de Investigación .....	45
Método Inductivo.....	45
Método Deductivo .....	45
5.3. Técnicas de Investigación .....	46

5.4. Población Y Muestra.....	47
Población: .....	47
Muestra: .....	47
Determinación del Tamaño Muestral:.....	48
Cálculo Aplicado:.....	48
5.5. Procedimientos .....	49
6. Estudio de Mercado .....	50
6.1. Análisis del Sector.....	50
¿Cómo mido el Poder de Negociación de los Clientes en el Diamante de Porter? .....	51
¿Cómo mido el Poder de Negociación de los Proveedores en el Diamante de Porter? .....	52
¿Cómo mido la Amenaza de Productos Sustitutivos en el Diamante de Porter? .....	53
¿Cómo mido la Amenaza de Nuevos Competidores en el Diamante de Porter? .....	54
¿Cómo mido la Rivalidad de los Competidores en el Diamante de Porter? .....	55
6.1.1 El Sector Exportador Colombiano .....	56
6.2. Inteligencia De Mercados.....	58
6.2.1. Posibles Mercados .....	58
6.2.2. País Seleccionado.....	65
6.2.2.1. Entorno Económico .....	67
6.2.2.2. Entorno Político: .....	68
6.2.2.3. Entorno Ambiental .....	69
6.2.2.4. Entorno Cultural.....	70
6.2.3. País Origen.....	72
6.2.3.1 Entorno Económico .....	72
6.2.3.2. Entorno Tecnológico .....	73
6.2.2.3. Entorno Político .....	74
6.2.3.4. Entorno Ambiental .....	76
6.2.3.5 Entorno Cultural.....	77
6.3. Producto .....	79
6.3.1. Portafolio Del Producto. ....	80
6.3.2. Generalidades Del Producto. ....	81
6.4. Mercado Proveedor .....	83

Deportes Jimmy .....	83
Vazzic:.....	83
Sportmax Colombia: .....	83
Sportlive:.....	83
6.5. Mercado Potencial Objetivo.....	84
6.5.1. Población Objetivo.....	84
6.5.2. Tendencias y Comportamiento del Consumo del País de Destino.....	84
6.5.3. Requisitos del Consumidor Para el País del Destino .....	86
6.6. Mercado Competidor.....	87
6.6.1. Países Exportadores Del Producto .....	87
6.6.2. Procedencia del Producto en el País destino .....	89
6.6.3. Precios Internacionales del Producto .....	89
6.7. Canal de Distribución.....	90
6.8. Estrategias de Mercadeo.....	91
Marketing Digital Internacional:.....	91
Alianzas Estratégicas Internacionales:.....	91
Comercio Electrónico Transfronterizo:.....	91
Promociones y Programas de Fidelización Globales:.....	91
Participación en Eventos Internacionales: .....	91
7.0. Estudio Técnico .....	92
7.1. Localización del Proyecto .....	92
7.1.1. Macro Localización .....	92
7.1.2. Micro Localización .....	94
7.2. Aspectos Técnicos del Producto. ....	96
7.2.1. Ficha Técnica del Producto.....	96
7.2.2. Capacidad de Producción y Comercialización Por Unidad De Tiempo .....	97
7.2.3. Unidad de Empaque y Etiquetado para la Exportación .....	98
7.3. La Unidad Empresarial Exportadora.....	99
7.3.1. Tipo de Sociedad.....	99
7.3.2. Razón Social .....	99
7.3.3. Misión y Visión Empresarial.....	99

7.3.4. Principios y Valores .....	100
7.3.5. Políticas De La Empresa .....	101
7.3.6. Organigrama Empresarial .....	103
7.3.7. Las Necesidades del Personal .....	103
7.3.8. Perfiles y Funciones del Personal .....	104
Gerente General .....	104
Administración.....	106
Jefe Comercial .....	107
Auxiliar Comercial.....	110
Auxiliar Producción 1 y 2 .....	113
Auxiliar De Logística 1 .....	115
8. Aspectos Legales.....	117
9. El Plan Exportador.....	123
9.1. Régimen De Exportación .....	123
9.2. Trámites del Proceso Exportador .....	123
9.2.1. Posición Arancelaria .....	124
9.2.2. Permisos Previos y/o Vistos Buenos.....	125
9.2.3. Términos de Negociación .....	126
9.2.4. Agente de Carga y/o Tipo de Transporte.....	126
9.2.5. Medio de Pago .....	126
9.2.6. El Contrato de Exportación.....	127
9.3. El Proceso General de una Exportación.....	132
9.3.1. Documentacion para el Proceso de Exportación .....	133
10. Estudio Económico y Financiero .....	142
10.1 Inversiones Preliminares .....	142
10.1.1. Gastos Pre Operativos.....	142
10.1.2 Inversiones Fijas .....	143
10.1.3 Capital del Trabajo.....	144
10.1.4. Composición Capital.....	145
10.2. Balance General de Constitución .....	145
10.3. La Producción y Costos Operacionales.....	146

10.3.1. Producción Exportable.....	146
10.3.2. Costos de Producción.....	146
10.3.2.1. Costos Directos .....	146
10.3.2.2. Costos de Personal .....	146
10.3.2.3. Gastos Generales De Producción.....	148
10.4. Gastos Generales .....	149
10.4.1 Distribución de Gastos Comunes.....	149
10.4.2. Los Gastos de Administración .....	150
10.4.2.1. Gastos de Personal y Su Proyección.....	150
10.4.2.2. Gastos Generales Administrativos y Su Proyección.....	150
10.4.3 Los Gastos de Comerciales y Ventas .....	151
10.4.3.1. Gastos de Personal y su Proyección.....	151
10.4.3.2. Gastos Generales de Comercialización y Ventas .....	151
10.4.3.3. Gastos del Proceso Exportador .....	152
10.5. Los Ingresos y su Proyección.....	153
10.6. El Estado de Resultados y su Proyección.....	153
10.7. El Flujo Neto y Efectivo.....	154
10.8. El Valor Presente neto y la Tasa Interna de Retorno .....	154
11. Conclusiones .....	155
12. Recomendaciones .....	156
<b>13. Referencias.....</b>	<b>158</b>

## 0. Introducción

La exportación constituye una herramienta fundamental para el crecimiento económico y la proyección internacional de las empresas, al permitirles acceder a nuevos mercados, generar divisas y consolidar ventajas competitivas. En este sentido, la industria textil colombiana, reconocida por su calidad, innovación y mano de obra calificada, ha consolidado su presencia en el comercio exterior. Dentro de este contexto, la ciudad de Santiago de Cali se destaca como un polo estratégico para la producción de prendas deportivas, debido a su tradición en confección y su capacidad para adaptarse a las tendencias globales.

Por su parte, la ciudad de Colón en Panamá representa un mercado altamente atractivo por su ubicación geográfica, infraestructura portuaria y dinamismo comercial, lo que le permite actuar como un punto logístico clave para la redistribución de mercancías hacia diferentes países. Además, el incremento del estilo de vida saludable y la práctica deportiva en la región ha impulsado significativamente la demanda de indumentaria especializada, creando una oportunidad de negocio para los exportadores colombianos.

El desarrollo de una operación de exportación exitosa requiere un análisis integral que abarque desde la identificación de oportunidades en el mercado destino, la definición de estrategias logísticas y comerciales, hasta el cumplimiento de requisitos normativos y aduaneros. Asimismo, es necesario evaluar los aspectos financieros, administrativos y ambientales que puedan incidir en la viabilidad del proyecto, considerando tanto los costos directos como los impactos que la operación podría generar.

Este estudio se enfoca en determinar la factibilidad de exportar camisetas deportivas desde Santiago de Cali hacia Colón, Panamá, mediante un proceso estructurado que contemple la

investigación de mercado, la planificación operativa, el análisis legal y el diseño de estrategias sostenibles. De esta manera, se busca establecer un marco que oriente la toma de decisiones y fortalezca la capacidad exportadora del sector textil colombiano en un contexto de competitividad internacional.

## **1.0 Problema de Investigación**

### **1.1. Identificación del Problema**

Se identifica una gran oportunidad para exportar ropa de entrenamiento desde Santiago de Cali, Colombia, hacia Colón, Panamá.

La en los últimos años, la demanda de ropa deportiva ha crecido considerablemente, impulsada por diversos factores. Uno de los principales es el interés creciente en un estilo de vida saludable y la práctica de actividades físicas, lo que ha generado una mayor necesidad de prendas diseñadas específicamente para el ejercicio.

Además, la ropa deportiva ya no se limita únicamente a los entrenamientos, sino que se ha convertido en una tendencia de moda casual en la vida diaria, ampliando así su mercado potencial. (EMR, S/F)

En Panamá, hay una amplia variedad de tiendas de ropa deportiva, que van desde reconocidas cadenas internacionales hasta comercios locales que ofrecen marcas como Nike, Adidas y Puma, entre otras. Esta diversidad permite atender distintos gustos y presupuestos, haciendo que más personas puedan acceder a este tipo de prendas, ya sea para entrenar o para el uso diario. (livig, 2023)

Las grandes tiendas, especialmente en zonas urbanas como la ciudad de Colón, tienen un mejor acceso a estos productos. Sin embargo, para competir en este mercado, se pueden ofrecer distintos niveles de precios según la calidad del material y el diseño. Esto permitirá llegar a diversos segmentos de clientes, desde aquellos que buscan productos premium hasta los que priorizan precios más accesibles.

Además, una estrategia sólida de marca y marketing digital será clave para atraer a consumidores que valoran la calidad y el estilo, más allá de la simple competencia por precio.

## **1.2. Planteamiento Del Problema**

La promoción del comercio internacional en Colombia, en especial de las exportaciones, constituye uno de los mejores ejes de la política nacional, lo cual se comprueba a través de las estadísticas del DANE, que indican que, las exportaciones en los primeros cuatro meses del 2024 sumaron 266 millones de dólares, lo cual represento una leve disminución del 5% en comparación con el mismo periodo del 2023. Sin embargo, algunas regiones mostraron un crecimiento significativo, Bogotá ha presentado un crecimiento del 5,8% y Atlántico del 2%. (Analdex, 2024)

En concordancia con lo anterior, en la actualidad Colombia tiene una serie de tratados del libre comercio (TLC) vigentes que permite acceder a diversos mercados internacionales, facilitando el comercio y la inversión. Algunos de ellos son: TLC CON ESTADOS UNIDOS, TLC CON LA UNION EUROPEA, TLC CON CANADA, TLC CON LA EFTA (asociación europea de libre comercio), TLC CON EL TIANGULO DEL NORTE (Salvador, Guatemala y honduras); ALIANZA DEL PACIFICO, ACUERDOS CON MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay) además de estos tratados, Colombia sigue buscando diversificar su comercio

internacional, negociando explorando nuevos acuerdos con países de Asia, África y otros mercados emergentes. Estos TLC le permiten competir en el comercio global, mejorar su acceso a insumos y expandir la exportación de productos clave. (Procolombia, 2020)

Con esta factibilidad se busca se busca crear una oportunidad económica llegando al mercado panameño en donde se espera que el producto que se quiere exportar tenga una alta demanda y una gran oportunidad comercial. En el cual se debe realizar un excelente estudio de mercado, identificación de posibles socios comerciales e identificar las barreras de entrada, garantizando también que este producto cumpla con las regulaciones y estándares internacionales del mercado al cual se quiere llegar (**etiquetado, certificados de calidad y reglas aduaneras**). Haciendo énfasis en que el éxito de una exportación depende de la correcta identificación de oportunidades, cumplimiento de normativas, eficiencia logística y adaptación a las exigencias del mercado internacional. (Michel Arboleda, 2017)

### 1.3. Cuadro de Síntomas, Causas, Pronóstico, y Control Pronóstico

Síntomas	Causas	Pronóstico	Control Del Pronóstico
Retraso en la entrega de los productos	Problemas logísticos (transporte, aduanas)	Si se resuelven los problemas logísticos se espera un aumento en las ventas	Implementar un sistema de gestión logística eficiente
Dificultad en la obtención de permisos y documentación	Cambios de normativa en la importación panameña	La adaptación a las normativas locales puede abrir nuevas oportunidades de mercado	Capacitar al personal sobre normativa de exportación e importación
Baja aceptación del producto en el mercado panameño	Competencia de marcas locales e internacionales	Realizar un estudio de mercado para entender las preferencias de los consumidores panameños	Monitorear constantemente el desempeño de la exportación y ajustar estrategias según sea necesario

#### **1.4. Formulación del Problema**

¿Qué aspectos del mercado, condiciones legales, requisitos sanitarios, técnicos, administrativo y ambientales se requieren para la creación de una empresa comercializadora de ropa deportiva para la exportación desde Cali- Colombia hacia Colon - Panamá?

#### **1.5. Sistematización del Problema**

- ¿Qué elementos de inteligencia de mercado se deben tener en cuenta para la exportación de ropa deportiva a Colon- Panamá?
- ¿Qué aspectos se deben considerar en materia de empaque, embalaje y transporte para introducir ropa deportiva a Colon- Panamá?
- ¿Qué tipo de estructura administrativa y legal se deben considerar para la exportación deportiva a Colon- Panamá??
- ¿Qué procesos logísticos deben realizarse de manera eficiente para no afectar el medio ambiente?
- ¿Qué estudios de orden económico y financiero son necesarios para la viabilidad del proyecto de exportación de ropa deportiva hacia Colon – Panamá?

## **2.0. Objetivos**

### **2.1. Objetivo General**

Desarrollar un estudio de factibilidad para la exportación de ropa deportiva desde Cali – Colombia hacia Ciudad de Colon – Panamá.

### **2.2. Objetivos Específicos**

- Desarrollar un proceso de inteligencia de mercado para la exportación de ropa deportiva n a Colon- Panamá
- Determinar los requerimientos para el empaque, embalaje y transporte para introducir ropa deportiva a Colon- Panamá
- Realizar un estudio administrativa y legal de la empresa para exportar ropa deportiva a Colon- Panamá
- Realizar estrategia de impacto, afecciones ambientales que se puedan generar en el proceso de comercialización de ropa deportiva desde Cali - Colombia hacia Colon Panamá.
- Determinar los costos financieros y económicos para de ropa deportiva hacia Colon – Panamá

### **3.0. Justificación**

#### **3.1. Justificación Teórica**

La exportación de ropa deportiva desde Santiago de Cali, Colombia, hacia Ciudad de Panamá, Panamá, es un tema de gran interés, especialmente por el dinamismo del comercio internacional y las oportunidades que ofrece el mercado panameño para la industria textil colombiana. Este estudio es relevante porque puede fortalecer la economía regional, impulsar la expansión internacional de las empresas caleñas y aportar conocimientos valiosos sobre los procesos de exportación en este sector.

Colombia, y en especial Santiago de Cali, cuenta con una industria textil y de confecciones sólida, reconocida por su capacidad productiva, mano de obra calificada y acceso a materias primas de alta calidad. Sin embargo, para seguir siendo competitivas en un mercado globalizado, las empresas deben buscar nuevas oportunidades en el comercio internacional.

En este sentido, Panamá se presenta como un destino estratégico gracias a su crecimiento económico sostenido, su ubicación privilegiada como centro logístico en América Latina y la creciente demanda de productos deportivos. Factores como el turismo, el estilo de vida activo de su población y el desarrollo de infraestructuras deportivas han impulsado este mercado, convirtiéndolo en una oportunidad atractiva para los exportadores colombianos.

Este estudio no solo pretende identificar los pasos clave para exportar ropa deportiva desde Cali a Panamá, sino también analizar los factores económicos, logísticos, legales y culturales que inciden en este proceso. Al hacerlo, se genera un marco teórico y práctico que puede servir como herramienta para empresarios, académicos y entidades gubernamentales interesados en impulsar la internacionalización de las empresas colombianas.

Además, esta investigación aporta a la literatura existente al integrar conceptos de ventaja comparativa, marketing internacional, logística global y adaptación cultural, ofreciendo una visión integral del proceso de exportación y sus implicaciones en un mercado competitivo.

La relevancia de esta investigación también se encuentra en su capacidad para generar impactos positivos en la economía local y nacional. Al impulsar la exportación de ropa deportiva, se promueve la creación de empleo, se incentiva la innovación en diseño y producción, y se abren nuevas oportunidades de mercado para las empresas colombianas.

Además, este estudio puede servir como referencia para futuros proyectos de exportación hacia otros países de la región, contribuyendo a fortalecer la posición de Colombia como un actor clave en la industria textil y de confecciones a nivel internacional.

### **3.2. Justificación Practica**

Llevar a cabo un proceso estructurado de investigación y exportación desde Colombia hacia otro país, en este caso Panamá, requiere un enfoque teórico, práctico y metodológico sólido. Gracias a los conocimientos adquiridos en INTENALCO y a una base conceptual bien definida, es posible diseñar un paso a paso que facilite la internacionalización de las empresas colombianas.

Las compañías que se dedican a la exportación desempeñan un papel clave en el desarrollo económico del país, ya que fortalecen la industria a la que pertenecen y generan incentivos para nuevos exportadores interesados en enfrentar los desafíos del comercio global.

Este tipo de proyectos es fundamental para el crecimiento económico y social de Colombia. No solo generan ingresos significativos, sino que también tienen un impacto positivo en múltiples sectores clave, contribuyendo a:

- Crecimiento económico mediante el fortalecimiento de la industria exportadora.
- Generación de empleo, al incrementar la demanda de mano de obra en la producción y logística.
- Desarrollo de sectores estratégicos, impulsando la innovación y la competitividad.
- Apertura de mercados internacionales, diversificando oportunidades comerciales.
- Impacto en la balanza comercial, favoreciendo un flujo positivo de divisas.
- Estabilidad en el tipo de cambio, gracias al ingreso de capital extranjero.
- Sostenibilidad del mercado, promoviendo prácticas comerciales responsables.
- Atracción de inversión extranjera, fortaleciendo la confianza en el país como socio comercial.

En definitiva, fomentar la exportación no solo beneficia a las empresas que buscan expandirse, sino que también contribuye al posicionamiento de Colombia como un actor clave en el comercio internacional.

### **3.3. Justificación Metodológica**

El comercio internacional y la globalización han incrementado la necesidad de estudios que respalden procesos de internacionalización mediante estrategias claras y viables. En este contexto, la exportación de ropa deportiva desde Santiago de Cali hacia Colón, Panamá, requiere un análisis riguroso que permita identificar factores logísticos, normativos y comerciales, garantizando la correcta ejecución de la operación.

Se adopta un enfoque descriptivo con análisis cualitativo y cuantitativo sustentado en fuentes documentales confiables, tales como normativas, datos estadísticos oficiales, informes del sector y literatura académica. Este enfoque permitirá examinar la normativa aplicable, los procedimientos logísticos, los costos involucrados y las condiciones del mercado, asegurando que la propuesta esté basada en información actual, verificable y pertinente para la elaboración de la guía de exportación.

#### **4. Marcos Referenciales**

##### **Antecedentes de la Investigación**

*Análisis de la distribución física internacional para la exportación de ropa deportiva “claudia quintero” desde Tuluá hacia estados unidos por vía marítima y aérea.*

Realizado por (Arboleda, Roldan 2017), con los objetivos de Analizar las posibilidades que brinda la distribución física internacional para la exportación de ropa deportiva de la empresa Claudia Quintero desde Tuluá hacia Estados Unidos por, vía marítima y aérea. Identificar las oportunidades comerciales y nichos de mercado existentes en Estados Unidos para el producto ropa deportiva en la actualidad.

En el cual concluyeron que Finalmente, al estudiar las alternativas para la exportación de ropa deportiva a Estados Unidos por parte de la empresa Claudia Quintero, al observar los costos en el país exportador, se aprecia que, internamente, la modalidad marítima resulta ser más costosa que la modalidad aérea, debido al mayor número de conceptos involucrados en el proceso de logística; mientras que la aérea, se aprecia, es más sencilla en lo relacionado con el manipuleo y los costos que se generan en la actividad, además, el transporte hasta Buenaventura, evidentemente resulta más costoso que transportar la mercancía hasta el aeropuerto de Cali. Sin

embargo, en el tránsito internacional sucede lo contrario al costo logístico interno, pues, la modalidad aérea presenta mayores costos en especial por los fletes internacionales, los cuales encarecen el producto puesto en el mercado de Estados Unidos, situación que resta competitividad a la ropa deportiva. Mientras que, la modalidad marítima, en tránsito internacional agrega pocos costos logísticos, determinando una amplia diferencia entre ambas modalidades, a favor de ésta última, frente a la competitividad del producto en el mercado extranjero.

### ***Diseño de un plan para la exportación de ropa deportiva de pesca***

Realizado por (Maso,2018), con el objetivo de Penetrar el mercado argentino para 2019, con miras a aumentar las ventas de la empresa Cascabel Indumentaria S. A. S. en un 30 %.

En el cual llegaron a la conclusión de que luego de realizar la comparación de los mercados objetivo, se ve que Estados Unidos no es un buen candidato: el clima de negocios positivo (A2 y A1), los riesgos económicos y políticos estables, el alto grado de desarrollo económico y el bajo grado de potencial de mercado en comparación con Argentina y Brasil, y el volumen de sus importaciones que hacen que la competencia sea mayor, lo hace un país poco atractivo para Cascabel.

Con respecto a Argentina y Brasil, los riesgos económicos y de país se ubican en los mismos rangos, con una pequeña diferencia positiva de estabilidad a favor del segundo. En cuanto al riesgo político a corto plazo, Argentina se muestra mejor, pero a largo plazo Brasil lleva la ventaja. El potencial de mercado para ambos países es similar: USD 17.892 para Argentina y USD 17.914 para Brasil.

Se seleccionó Argentina como el país objetivo por compartir el mismo idioma, el alto individualismo, la masculinidad, los altos niveles de evitación de la incertidumbre y sobre todo por los contactos que Cascabel tiene actualmente allí, clientes potenciales que conocen sus productos y han mostrado interés en adquirirlos y comercializarlos.

(Forero, s/f) Santa fe de Bogotá

***Propuesta de un plan de negocios de exportación hacia costa rica de ropa para la práctica de ciclismo de h & f ropa deportiva.***

Realizado por (Forero, s/f), con el objetivo de Diseñar un plan de negocios para exportar ropa de ciclismo de la empresa H & F ROPA DEPORTIVA hacia San José de Costa Rica, aprovechando las fortalezas en su producción, calidad, mercadeo, Infraestructura, recursos naturales, financieros, técnicos y humanos. Establecer y desarrollar una base de datos acerca del mercado potencial de ropa para la práctica de ciclismo de San José de Costa Rica, para así lograr el ingreso de H & F ROPA DEPORTIVA a dicho mercado. Identificar los segmentos de mercado a los cuales la empresa puede llegar con sus productos.

En el cual Forero concluye que las condiciones que brinda el entorno y teniendo en cuenta la capacidad de esta empresa, está en el momento justo para iniciar su proceso de apertura hacia nuevos mercados respondiendo a la necesidad de integrarse al mercado mundial, beneficiándose de sus ventajas comparativas, aprovechando su capacidad ociosa, ganar competitividad mediante la adquisición de tecnología, know how y capacidad gerencial obtenidas en el mercado, hacer alianzas estratégicas con empresas nacionales y extranjeras para reducir costos, mejorar la eficiencia, lograr mayores volúmenes y diversificar productos, distribuir el riesgo de estar en un solo mercado, posibilidades de competir en mercado internacional por calidad y precio, asegurar la supervivencia de la empresa a largo plazo.

#### 4.1. Marco Teórico

En un mundo cada vez más globalizado, las empresas buscan nuevas oportunidades para expandir sus operaciones y llegar a mercados emergentes. La exportación de ropa deportiva ha tomado un papel protagónico en el comercio internacional, y Colombia, con su sólida tradición textil y mano de obra calificada, se posiciona como un competidor clave en esta industria. Este estudio analiza la aplicación de la Teoría de la Ventaja Competitiva en la exportación de ropa deportiva desde Santiago de Cali hacia Ciudad de Panamá, explorando los factores económicos, estratégicos y de marketing que pueden impulsar el éxito de esta iniciativa.

La Teoría de la Ventaja Competitiva y su Aplicación en la Industria de la Ropa Deportiva en Colombia Introducción La competitividad en el mercado global es un tema crucial para las empresas que buscan no solo sobrevivir, sino prosperar en un entorno cada vez más desafiante.

La Teoría de la Ventaja Competitiva, desarrollada por Michael Porter, explica cómo las empresas pueden diferenciarse y mantenerse competitivas en el mercado. Esta teoría se basa en la identificación y aprovechamiento de ventajas comparativas, un concepto introducido por David Ricardo, que destaca la importancia de que los países y empresas identifiquen sus recursos, mano de obra y tecnología para competir de manera más eficiente.

En el caso de la industria de la ropa deportiva, Colombia cuenta con diversas fortalezas que le permiten posicionarse estratégicamente en el mercado internacional. Factores como su tradición textil, mano de obra calificada y acceso a materias primas de calidad brindan una oportunidad clave para expandirse a mercados cercanos, como Panamá, donde la demanda de prendas deportivas sigue en crecimiento.

Fundamentos de la Teoría de la Ventaja Competitiva La ventaja competitiva se define como la capacidad de una empresa para superar a sus competidores en el mercado. Según Porter, existen dos estrategias principales para lograr esta ventaja: la diferenciación y el liderazgo en costos. La diferenciación implica ofrecer productos únicos que se destaquen por su calidad, diseño o funcionalidad, mientras que el liderazgo en costos se refiere a la capacidad de ofrecer productos a precios más bajos que la competencia. La identificación de ventajas comparativas es fundamental para aplicar esta teoría. David Ricardo argumentó que los países deben especializarse en la producción de bienes en los que tienen una ventaja relativa, lo que les permite comerciar de manera más eficiente. En el caso de Colombia, la industria de la ropa deportiva se beneficia de una rica tradición en la producción textil, así como de una mano de obra calificada que puede ofrecer productos de alta calidad a precios competitivos.

Ventajas Comparativas de Colombia en la Producción de Ropa Deportiva Colombia cuenta con varias ventajas comparativas que la posicionan favorablemente en la producción de ropa deportiva. En primer lugar, el país tiene acceso a materias primas de calidad, como algodón y otros tejidos, que son esenciales para la fabricación de prendas deportivas. Esta disponibilidad de recursos naturales permite a las empresas colombianas reducir costos y mejorar la calidad de sus productos. En segundo lugar, la mano de obra calificada en Colombia es un activo valioso. La tradición en la industria textil ha permitido el desarrollo de habilidades y conocimientos que son cruciales para la producción de ropa deportiva de alta calidad. Los trabajadores colombianos están capacitados en técnicas de confección y diseño, lo que les permite crear productos innovadores y atractivos para el mercado. Además, los costos de producción en Colombia son competitivos en comparación con otros países. Esto se debe a factores como el costo de la mano de obra y la eficiencia en la producción. Las empresas colombianas pueden ofrecer precios

atractivos en el mercado internacional, lo que les permite competir con marcas establecidas. La capacidad de innovar en el diseño de ropa deportiva también es una ventaja significativa. Las empresas colombianas pueden aprovechar su creatividad y conocimiento del mercado local para desarrollar productos que se adapten a las tendencias y preferencias de los consumidores. Esta innovación es clave para diferenciarse en un mercado saturado. Por último, la proximidad geográfica de Colombia a Panamá facilita el acceso a este mercado. La reducción de costos de transporte y tiempos de entrega permite a las empresas colombianas establecer relaciones comerciales más sólidas y eficientes con distribuidores y minoristas en Panamá.

Estrategias para Aprovechar la Ventaja Competitiva Para capitalizar estas ventajas comparativas, las empresas colombianas deben implementar estrategias efectivas. Una de las estrategias más importantes es la diferenciación de producto. Ofrecer productos únicos que se destaquen por su calidad, diseño y funcionalidad puede atraer a consumidores que buscan algo diferente en el mercado. Además, formar alianzas estratégicas con distribuidores y minoristas en Panamá es crucial para facilitar la entrada al mercado. Estas alianzas pueden ayudar a las empresas colombianas a aumentar su visibilidad y a establecer una presencia sólida en el país. El marketing efectivo también juega un papel fundamental en la promoción de la ropa deportiva colombiana. Las campañas de marketing deben resaltar las ventajas de los productos, como su calidad, diseño y sostenibilidad. Esto puede ayudar a construir una marca fuerte y a atraer a consumidores conscientes de la calidad. Finalmente, es esencial que las empresas se adapten a las normativas y regulaciones del mercado panameño. Cumplir con los estándares de calidad y las regulaciones de importación puede facilitar la aceptación del producto y evitar problemas legales.

Pronóstico y Oportunidades en el Mercado de Ropa Deportiva La creciente demanda de ropa deportiva a nivel global, impulsada por un estilo de vida activo y saludable, presenta una oportunidad significativa para las empresas colombianas. El mercado panameño, en particular, está experimentando un aumento en la demanda de productos deportivos, lo que abre nuevas posibilidades para la exportación de ropa deportiva. Sin embargo, las empresas también enfrentarán desafíos en la implementación de estrategias competitivas. La competencia de marcas locales e internacionales puede ser feroz, y las empresas colombianas deben estar preparadas para adaptarse a las cambiantes condiciones del mercado. La innovación continua y la adaptación a las tendencias del mercado son esenciales para mantener la ventaja competitiva. Las empresas deben estar dispuestas a invertir en investigación y desarrollo para crear productos que satisfagan las necesidades y preferencias de los consumidores.

La Teoría de la Ventaja Competitiva proporciona un marco valioso para que las empresas colombianas en la industria de la ropa deportiva identifiquen y capitalicen sus ventajas comparativas. La combinación de recursos naturales, mano de obra calificada, costos competitivos, innovación en diseño y proximidad geográfica puede permitir a las empresas colombianas competir eficazmente en el mercado internacional, especialmente en Panamá. Al implementar estrategias de diferenciación, formar alianzas estratégicas y adaptarse a las normativas del mercado, las empresas pueden posicionarse como líderes en la industria de la ropa deportiva. La clave del éxito radica en la capacidad de innovar y adaptarse a un entorno en constante cambio, lo que permitirá a Colombia aprovechar su potencial en el mercado global. (colorado, 2005)

## 4.2. Marco Conceptual

Para una mejor comprensión del tema se requirieron una serie de conceptos, entre los cuales están los siguientes.

### *Acuerdo comercial:*

Es un convenio o tratado referente a la actividad de comercio. Este tipo de acuerdo puede ser establecido por compañías privadas, organizaciones de empresas o gobiernos. En general, cuando el acuerdo es alcanzado entre dos países, se suele hablar de tratado de comercio. Los estados acuerdan un modelo de relaciones que regulan los intercambios comerciales entre ambos. Los impuestos, la moneda base, el control fronterizo y la jurisdicción aceptada por las partes son algunas de las cuestiones fijadas por este tipo de acuerdos.

### *Apertura comercial:*

Se denomina apertura comercial a la capacidad de un país de transar bienes y servicios con el resto del mundo, lo cual depende mucho del nivel de las llamadas barreras arancelarias y paraarancelarias establecidas por el país.

### *Arancel:*

Un arancel es el tributo que se aplica a los bienes, que son objeto de importación o exportación. El más extendido es el impuesto que se cobra sobre las importaciones, mientras los aranceles sobre las exportaciones son menos corrientes; también pueden existir aranceles de tránsito que gravan los productos que entran en un país con destino a otro. Pueden ser "ad valorem" (al valor), como un porcentaje del valor de los bienes, o "específicos" como una cantidad determinada por unidad de peso o volumen. Cuando un buque arriba a un puerto

aduanero, un oficial de aduanas inspecciona el contenido de la carga y aplica un impuesto de acuerdo a la tasa estipulada para el tipo de producto.

***Capacidad de producción:***

La capacidad es la máxima velocidad de producción de una operación. Esta última puede ser una estación de trabajo o una organización entera. El gerente de operaciones debe suministrar la capacidad necesaria para satisfacer la demanda actual y futura; de otra manera, la organización perdería oportunidades de crecimiento y de ganar beneficios.

***Carga no unitarizada:***

Consiste en bienes sueltos o individuales, manipulados y embarcados como unidades separadas.

***Carga unitarizada:***

Está compuesta de artículos individuales, agrupados en unidades como paletas y contenedores, los cuales están listos para ser transportados.

***Competitividad:***

Capacidad de las empresas de vender sus productos como, con su capacidad de diseñar y producir eficientemente de acuerdo con patrones específicos de calidad, especialmente internacionales.

***Contenedorización:***

Es un método de distribución física que utiliza una unidad de transporte de carga llamada contenedor la cual permite el transporte unimodal (ferroviario, carretero, marítimo o aéreo).

***Economías de Escala:***

En microeconomía, se entiende por economía de escala las ventajas en términos de costos que una empresa obtiene gracias a la expansión. Existen factores que hacen que el coste medio de un producto por unidad caiga a medida que la escala de la producción aumenta. El concepto de "economías de escala" sirve para el largo plazo y hace referencia a las reducciones en el coste unitario a medida que el tamaño de una instalación y los niveles de utilización de inputs aumentan.

***Entorno empresarial:***

El entorno empresarial hace referencia a los factores externos a la empresa que influye en ésta y condicionan su actividad. Entorno empresarial o marco externo no es un área, es un todo, y no permite su desarrollo. De este modo, la empresa puede considerarse como un sistema abierto al medio en el que se desenvuelve, en el que influye y recibe influencias. Dentro del marco externo, hay que distinguir entre el entorno general y el entorno específico: Entorno general: se refiere al marco global o conjunto de factores que afectan de la misma manera a todas las empresas de una determinada sociedad o ámbito geográfico.

***Paletización:***

Consiste en colocar o anclar un cargamento sobre una plataforma construida en diferentes materiales.

***Preferencias comerciales:***

Instrumento idóneo para impulsar la expansión del comercio internacional e igualmente propiciar la participación equitativa de los países en desarrollo, en los intercambios comerciales a

fin de obtener mejores oportunidades de alcanzar, por sí mismos, un mejoramiento autónomo de su destino económico, social y político.

***Ventaja comparativa:***

Una situación en la que un país (o compañía) puede producir un artículo con un costo inferior que otro país (o compañía) en el sentido especial de que debe sacrificar menos de un bien alternativo para hacer su producción.

**4.3. Marco Contextual**



Delta Sport, está situada en la ciudad de Santiago de Cali y cuenta con una excelente posición geográfica, la cual facilita el acceso al aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón y al puerto de Buenaventura. La combinación de esta infra estructura de transporte, proporcionan a Santiago de Cali una ventaja competitiva significativa para las empresas que quieran exportar productos, ya que reduce tiempos de envío y los costos logísticos.

A pesar de la desaceleración económica de global y nacional, Cali ha mostrado un desempeño positivo en su crecimiento económico durante el segundo trimestre de 2023. Con un crecimiento del 0.7%, la ciudad no solo supera el 0.3%, sino que también el del valle del cauca,

que se sitúa con el 0.6%. este crecimiento indica que es un indicador de la resiliencia de la economía en un contexto desafiante. Destacando también los acuerdos comerciales los cuales contribuyen al crecimiento económico de la región. (Alomias, 2023)

### **Externo**



La elección de Panamá como mercado destino es por su ubicación geográfica; al este de Colombia y el intercambio cultural y comercial entre ambos países facilitar los procesos logísticos ayudándonos a reducir costos de envío y tiempos de entrega.

Panamá, con una población de 4.395.000 personas, se encuentra en la posición 129 de la tabla de población, compuesta por 196 países y presenta una moderada densidad de población, 58 habitantes por Km<sup>2</sup>

Panamá es la economía número 77 por volumen de PIB. Su deuda pública en 2022 fue de 38.976 millones de euros, con una deuda del 53,68% del PIB. Su deuda per cápita es de 8.868 € euros por habitante.

La última tasa de variación anual del IPC publicada en Panamá es de agosto de 2024 y fue del 0,3%. (Datosmacro.com, s/f)

#### **4.4. Marco Legal**

El comercio internacional es un pilar fundamental para el desarrollo económico de cualquier país. En un contexto globalizado, donde las fronteras comerciales, es crucial que las naciones establezcan normas que regulen la entrada y salida de mercancías y Colombia no es la excepción

Este conjunto de normas y leyes buscan facilitar el intercambio de bienes y servicios, sino también proteger la economía nacional, garantizar la seguridad de los productos que ingresan y salen del país, y promover el desarrollo sostenible. En Colombia, el marco legal para las importaciones y exportaciones está compuesto por una serie de normativas, leyes y regulaciones que abarcan diversos aspectos del comercio internacional. Entre los principales instrumentos legales se encuentran el Estatuto Aduanero, que regula los procedimientos aduaneros y establece las obligaciones de los importadores y exportadores, y la Ley de Comercio Exterior, que promueve y facilita el comercio internacional, así como la inversión extranjera.

Además, Colombia es parte de varios tratados de libre comercio (TLC) que han sido firmados con diferentes países y bloques económicos, lo que ha permitido la reducción de aranceles y la eliminación de barreras comerciales. Estos acuerdos son fundamentales para fomentar la competitividad de los productos colombianos en el mercado internacional y facilitar el acceso a bienes y servicios extranjeros. Las entidades gubernamentales, como la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, juegan un papel crucial en la implementación y supervisión de estas normativas.

En resumen, el marco legal para importaciones y exportaciones en Colombia es un conjunto integral de regulaciones que busca facilitar el comercio internacional, proteger la economía nacional y garantizar la seguridad de los productos. Comprender este marco es esencial para cualquier empresa que desee participar en el comercio exterior, ya que el cumplimiento de las normativas vigentes es fundamental para el éxito en el mercado global.

### ***Ley Marco del Comercio Exterior 7 Y 9 de 1991***

#### ***Ley 7 de 1991***

Por la cual se dictan normas las cuales debe sujetarse el gobierno nacional para regular el comercio exterior del país.

Se crea con el propósito de:

- Internacionalizar la economía
- Promover y fomentar el comercio exterior
- Impulsar la producción local del país
- Coordinar políticas y regulaciones en materias arancelarias, cambiarias y fiscal

(JURISTA, S/F)

***Ley 9 de 1991***

La regulación en materia de cambios internacionales será ejercida con sujeción, por el gobierno nacional.

El régimen cambiario tiene como objetivo promover el desarrollo económico, social y el equilibrio cambiario.

Sus objetivos son:

- Internacionalizar la economía colombiana aumentando su competitividad
- Promover el comercio exterior de bienes y servicios en especial Las exportaciones
- Desarrollo de las transiciones corrientes con el exterior y mantener mecanismos

de supervisión y control. (PÚBLICA, S/F)

***Decreto 1165 del 2 de Julio de 2019***

El Decreto 1165 ofrece seguridad jurídica para los usuarios aduaneros en tanto que consolida y armoniza las diferentes normas que estaban vigentes, así mismo simplifica puntos que ayudan a mejorar la logística o a reducir los trámites exigidos para las operaciones de comercio exterior. (DIAN, S/F)

### ***Art 343. Modalidades de Exportación***

Cada modalidad de exportación tiene sus propias ventajas y desventajas, y la elección más adecuada dependerá de los factores como el tipo de producto, el mercado objetivo, la capacidad de la empresa y su experiencia como en el comercio internacional.

- Exportación Directa
- Exportación Indirecta
- Exportación Temporal
- Exportación Definitiva
- Exportación de Servicios
- Exportación de Muestras

(normativa, modalidades de exportacion, 2019)

### ***Exportación Definitiva.***

En Colombia, la exportación definitiva de mercancías está reglamentada principalmente por el Decreto 1165 de 2019, que compila y actualiza las normas relacionadas con el régimen aduanero. Este decreto es emitido por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), la entidad encargada de regular y controlar las operaciones de comercio exterior en el país.

### ***Definición de Exportación Definitiva***

Según el **Decreto 1165 de 2019**, la exportación definitiva se define como:

- La salida de mercancías del territorio aduanero nacional con destino a otro país, sin la obligación de retornarlas.

- Este régimen aplica para mercancías que se envían de manera permanente al exterior, ya sea para su comercialización, uso o consumo en el mercado internacional.

(normativa, modalidades de exportacion, 2019)

### ***Requisitos del Importador y Exportador***

Los requisitos relacionados a continuación deben ser cumplidos cuando se actúe de manera directa o a través de una agencia de aduanas:

- Personas jurídicas. Estar domiciliados y/o representados legalmente en el país y estar inscritos en el Registro Único Tributario (RUT) o en el registro que haga sus veces, con la calidad correspondiente.
- Personas naturales. Estar inscrito en el Registro Único Tributario (RUT) o en el registro que haga sus veces con la calidad correspondiente, salvo lo previsto en el parágrafo 1° del artículo 1.6.1.2.6 del Decreto Único Reglamentario 1625 de 2016 o el que lo modifique o adicione.
- Sucursal de sociedad extranjera. Estar inscrito en el Registro Único Tributario (RUT) o en el registro que haga sus veces, con la calidad correspondiente.

### ***Obligaciones del Importador y Exportador.***

Tener todos los documentos soporte requeridos vigentes y con el cumplimiento de los requisitos legales, al momento de la presentación de la declaración aduanera.

Elaborar, suscribir y presentar la Declaración Andina del Valor cuando haya lugar a ella, salvo que actúe a través de una agencia de aduanas y expresamente la hubiere autorizado para ello.

Cancelar los tributos aduaneros, intereses, sanciones y valor del rescate, a que hubiere lugar, en la forma que determine la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). En los eventos en que actúe directamente deberá, adicionalmente, liquidar los conceptos señalados en el presente numeral.

Cuando actúe directamente, proporcionar, exhibir o entregar la información o documentación requerida, dentro del plazo establecido legalmente u otorgado por la autoridad aduanera.

Garantizar que la información entregada a través de los Servicios Informáticos Electrónicos, corresponda con la contenida en los documentos que la soportan.

Poner a disposición o entregar a la autoridad aduanera la mercancía que esta ordene.

Cuando el importador o exportador actúe directamente, conservar los documentos soporte y los recibos oficiales de pago en bancos, según lo determine la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), por un periodo de cinco (5) años a partir de la fecha de presentación y aceptación de la declaración, a disposición de la autoridad aduanera.

Cuando actúe directamente, informar a la autoridad aduanera sobre la inspección previa de las mercancías que pretenda realizar y asistir a la misma.

Aplicar lo dispuesto en la resolución anticipada y/o de ajuste de valor permanente, si la hubiere.

Cuando actúe directamente, acceder y utilizar los Servicios Informáticos Electrónicos respetando los protocolos y procedimientos de seguridad establecidos en este decreto y

determinados por la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

Cumplir de forma manual, cuando haya lugar a ello, las obligaciones aduaneras en situación de contingencia de los Servicios Informáticos Electrónicos o por fallas imprevisibles e irresistibles en los sistemas propios, en las condiciones que establezca la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

Entregar a la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), a través de los Servicios Informáticos Electrónicos, cuando haya lugar a ello, la información relacionada con las operaciones que fueron realizadas manualmente en situación de contingencia o daños de los sistemas informáticos propios, en la forma y condiciones establecidas por la misma entidad.

Cuando actúe directamente, asistir, facilitar y colaborar con la práctica de las diligencias previamente ordenadas y comunicadas por la administración aduanera.

Cuando actúe directamente, presentar y suscribir las declaraciones aduaneras en la forma, oportunidad y medios señalados por la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). (normativa, modalidades de exportación, 2019)

### ***Resolución 1 mayo 25 de 2018 Régimen Cambiario***

El régimen cambiario es el conjunto de normas que regulan aspectos de los cambios internacionales.

Los cambios internacionales se pueden definir como todas las transacciones con el exterior que implique pago o transferencia de divisas o títulos representativos de las mismas.

1. De acuerdo al régimen cambiario colombiano existen dos mercados:

- Mercado regulado
- Mercado libre

¿Cómo está constituido el mercado cambiario?

El mercado cambiario o mercado regulado de divisas en Colombia está conformado por la totalidad de divisas que deben canalizarse obligatoriamente por conducto de los Intermediarios de Mercado Cambiario autorizados para el efecto o a través de los mecanismos de compensación (Cuentas de Compensación) y por las divisas que no obstante estar exentas de esta obligación, se canalicen de manera voluntaria.

- El mercado cambiario colombiano se maneja única y exclusivamente a través de dos canales autorizados legalmente:
  - El canal suministrado por los intermediarios del mercado cambiario
  - El canal de las cuentas de compensación registradas ante el Banco de la República

¿Quiénes son los Intermediarios del mercado cambiario?

- Banco comercial
- Banco hipotecario
- Corporación financiera
- Compañía de financiamiento comercial
- La Financiera Energética Nacional -FEN-
- Banco de Comercio Exterior de Colombia S.A. -BANCOLDEX-
- Cooperativa financiera

- Sociedad comisionista de bolsa
- Sociedades de Intermediación cambiaria y de servicios financieros especiales.

(DIAN)

La Junta Directiva del Banco de la República está conformada por siete miembros con un voto cada uno: el Ministro de Hacienda y Crédito Público, cinco miembros de dedicación exclusiva y el Gerente General del Banco nombrado por los anteriores. Los miembros de dedicación exclusiva y el Gerente General tienen períodos fijos de cuatro años, prorrogables dos veces, con lo cual pueden permanecer hasta doce (12) años en el cargo. Dos de los cinco miembros de dedicación exclusiva son reemplazados por el presidente de la República cada cuatro años, una vez transcurrida la mitad del período presidencial.

La Constitución Política establece que el Banco de la República es un órgano independiente de las demás ramas del poder público, goza de autonomía administrativa, patrimonial y técnica y está sujeto a un régimen legal propio.

La Junta Directiva es la autoridad monetaria, cambiaria y crediticia del país y sus miembros representan exclusivamente el interés de la Nación.

La Constitución le asignó al Banco de la República el objetivo de velar por el mantenimiento de la capacidad adquisitiva de la moneda y para ello la Junta Directiva ejerce las diversas funciones previstas en la Constitución y las leyes.

Adicionalmente, los miembros de dedicación exclusiva de la Junta reunidos en el Consejo de Administración constituyen el máximo órgano administrativo del Banco y tienen a su cargo la adopción de las políticas de administración y la correcta ejecución de las funciones de esta entidad, de acuerdo con la ley y los Estatutos. (Banrepcultural, S/F)

***Artículo 1o. Monedas de Reserva.***

El Banco de la República podrá efectuar sus operaciones en Derechos Especiales de Giro (DEG) y en las monedas que a continuación se indican: corona danesa (DKK), corona noruega (NOK), corona sueca (SEK), dólar de Australia (AUD), dólar de Canadá (CAD), dólar de los Estados Unidos de América (USD), dólar de Nueva Zelanda (NZD), euro (EUR), franco suizo (CHF), libra esterlina británica (GBP), yen japonés (JPY), remimbi chino (CNH/CNY), dólar de Hong Kong (HKD), dólar de Singapur (SGD) y won coreano (KRW). El Banco de la República publicará diariamente las tasas de conversión de las mismas con respecto al dólar de los Estados Unidos de América. (Republica, RESOLUCION EXTERNA, 2023)

***Artículo 2o. Intervención en el Mercado.***

El Banco de la República podrá intervenir en el mercado cambiario con el fin de regular la liquidez del mercado financiero y el normal funcionamiento de los pagos internos y externos de la economía, evitar fluctuaciones indeseadas de la tasa de cambio y acumular y des acumular reservas internacionales, de acuerdo con las directrices que establezca su Junta Directiva, mediante la compra o venta de divisas, de contado y a futuro, a los establecimientos bancarios, corporaciones financieras, compañías de financiamiento, cooperativas financieras, la Financiera de Desarrollo Nacional S.A., el Banco de Comercio Exterior de Colombia S.A.- BANCOLDEX, las sociedades comisionistas de bolsa de valores, sociedades administradoras de fondos de pensiones y cesantías, los sistemas de compensación y liquidación de divisas y las cámaras de riesgo central de contraparte, así como a la Nación Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (Republica, RESOLUCION EXTERNA, 2023)

### ***Circular Reglamentaria Externa – Dcin – 83***

(Modificada DICIP 83- 1 nov 2023) La circular reglamentaria externa DCIP 83 detalla los procedimientos que deben seguir los residentes como no residentes en relación con la operación de cambio. Incluyendo la obligación de reportar la información sobre estas operaciones al Banco de la República.

Se permite a los importadores canalizar pagos a través del mercado cambiario por montos que pueden ser superiores o inferiores al valor de la mercancía nacionalizada; la circular incluye ajustes en los procedimientos y requisitos, la eliminación de ciertas obligaciones que estaban presentes en la versión anterior. (Republica, CIRCULAR REGLAMENTARIA EXTERNA – DCIN - 83, 2023)

### ***Ley 1014 de 2006***

La ley 1014 de 2006 en su marco normativo importante para el emprendimiento en Colombia, y su implementación ha contribuido a crear un ambiente más favorable para la creación y el desarrollo de nuevas empresas en el país. (colombia, 2006)

### ***Régimen Aduanero***

ARTÍCULO 81. Obligaciones de los titulares de lugares habilitados para la entrada y salida de mercancías y/o viajeros del Territorio Aduanero Nacional. Son obligaciones de los titulares de la habilitación para la entrada y salida de mercancías y/o viajeros bajo control aduanero.

- Cumplir con los requerimientos fijados por la autoridad aduanera en materia de infraestructura física, de sistemas y dispositivos de seguridad;

- Permitir el ejercicio de la potestad aduanera dentro del área declarada por la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) como lugar habilitado.
- Cumplir con las medidas y procedimientos establecidos por la autoridad aduanera tendientes a asegurar el control y vigilancia de las mercancías dentro de sus instalaciones.
- Controlar el acceso y circulación de vehículos y personas mediante la aplicación de los sistemas de identificación de los mismos, dentro del lugar habilitado.
- Contar con los equipos de cómputo y de comunicaciones que le permitan su conexión con los Servicios Informáticos Electrónicos; así como facilitar la instalación o disposición de los equipos que requiera la autoridad aduanera.
- Suministrar la información que la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) le solicite, relacionada con la llegada y salida de naves, aeronaves, vehículos y unidades de carga, del lugar habilitado en la forma y oportunidad establecida.
- Constituir, cuando a ello hubiere lugar, las garantías bancarias o de compañía de seguros para asegurar el cumplimiento de sus obligaciones.
- Informar a la autoridad aduanera la finalización de descargue en los términos y condiciones establecidos en el artículo 150 del presente decreto.
- Permitir la inspección previa de las mercancías por parte de los importadores o las agencias de aduana, cuando haya lugar a ello, conforme lo establece el artículo 52 de este decreto.

Parágrafo. Para los titulares de puertos o muelles habilitados para ingreso y salida de viajeros solo aplican las obligaciones contenidas en los numerales 1 al 7 del presente artículo. (normativa, DECRETO 1165 DE 2019, 2019)

### ***Artículo 83. Depósitos Públicos***

Son aquellos lugares habilitados por la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) para el almacenamiento de mercancías bajo control aduanero, en los cuales pueden permanecer las mercancías de cualquier usuario del comercio exterior. (normativa, DECRETO 1165 DE 2019, 2019)

## **4.5. Marco Temporal**

El presente proyecto de investigación tiene una duración de dos fases de agosto a noviembre del 2024 y de febrero a mayo del 2025 siendo esta la duración del semestre.

Las fases que se establecieron previamente para la realización del proyecto en dos los cuales son:

### ***Anteproyecto:***

Selección de la unidad productiva y planeación de los diferentes procesos a determinar para el desarrollo de la propuesta de exportación de ropa deportiva desde Cali - Colombia hacia Colon – Panamá, establecidos entre el mes de agosto a noviembre del 2024.

### ***Ejecución:***

Descripción de los procesos que se desarrollaran durante el proceso de exportación de ropa deportiva desde Cali – Colombia hacia Colon – Panamá, la cual se establecerá entre los meses de febrero a mayo del 2025

## 5. Diseño Metodológico

El diseño metodológico se estructura bajo un estudio documental descriptivo, el cual permitirá analizar la información existente sobre los requisitos, procesos y estrategias necesarios para la exportación de ropa deportiva a Panamá.

### Características del Diseño

**Fuentes:** Documentales, considerando normativas aduaneras, tratados comerciales, estadísticas oficiales, literatura académica y portales gubernamentales.

**Enfoque:** Mixto, aplicando análisis cualitativo (interpretación de normativas y procesos) y análisis cuantitativo (estadísticas del mercado, volúmenes de exportación, costos).

### Fases del Diseño Metodológico

**Revisión documental:** Recopilación de información normativa, datos estadísticos y estudios sectoriales provenientes de fuentes oficiales y académicas.

**Análisis e interpretación:** Organización y análisis de la información para identificar requisitos, costos y condiciones del mercado.

**Sistematización:** Integración de los hallazgos en un documento coherente que sirva como guía para la exportación.

Este diseño metodológico asegura la coherencia con la justificación planteada y la viabilidad de la propuesta, basándose en información actualizada y confiable para respaldar la estrategia de internacionalización.

## 5.1. Clase o Tipo de Investigación

Este trabajo se clasifica como una investigación mixta, caracterizada por su enfoque cualitativo y cuantitativo. Esto implica que se llevaron a cabo diversos tipos de estudios, cada uno con sus propias herramientas, técnicas y métodos específicos para abordar y resolver las preguntas de investigación planteadas. Esta diversidad metodológica permite obtener una comprensión más completa y detallada del tema en cuestión.

### *Enfoque Cualitativo*

**Objetivos:** comprender las preferencias tendencias y expectativas del mercado panameño, así como identificar barreras y oportunidades para la exportación.

**Técnicas:** Análisis de mercado, entrevistas a profundidad con empresarios y expertos, y grupos focales con consumidores panameños.

**Aporte:** Proporciona insights detallados sobre el comportamiento del consumidor, las tendencias culturales y las estrategias de adaptación necesarias.

### *Estudio Cuantitativo*

**Objetivo:** Obtener datos numéricos y estadísticos que permitan cuantificar la demanda, los flujos comerciales y los requisitos legales.

**Técnicas:** Encuestas a empresarios colombianos y distribuidores panameños, análisis de datos secundarios (estadísticas de comercio bilateral, estudios de mercado).

**Aporte:** Proporciona información precisa y medible sobre el tamaño del mercado, la capacidad exportadora y los costos asociados.

## **5.2. Método de Investigación**

### ***Método Inductivo***

Para Francis Bacon, el método inductivo es una herramienta fundamental para analizar experiencias, ya que busca recopilar una cantidad significativa de casos concretos relacionados con el fenómeno en estudio. A través de la observación de las características y propiedades comunes entre estos casos, se puede realizar una inducción que permita derivar generalidades a partir de particularidades. En el contexto del presente trabajo, ha sido esencial revisar estudios previos relacionados para identificar factores comunes que faciliten la generalización de las características de los estudios de viabilidad.

### ***Método Deductivo***

De acuerdo con Bacon, el método deductivo implica un proceso de pensamiento que va de lo general a lo particular, utilizando diversas herramientas e instrumentos para alcanzar los objetivos establecidos y lograr el esclarecimiento deseado. En este contexto, es común el uso de resúmenes, ya que estos documentos facilitan la concentración en los aspectos esenciales de la empresa que produce y comercializa panela pulverizada a nivel internacional. Sin embargo, explicará cómo la información obtenida impacta y se implementa en la práctica.

El trabajo inicia desde la necesidad de prácticas de vida saludable como parte del día a día de las personas y como ropa deportiva juega un papel importante en cuanto a comodidad en la realización de actividades físicas, ejecutando una factibilidad de exportación de camisas deportivas hacia Panamá. Conociendo el porcentaje de exportaciones realizadas desde Colombia para argumentar la demanda y aceptación de nuestro producto.

### 5.3. Técnicas de Investigación

Existen dos tipos de fuentes de información: fuentes secundarias y fuentes primarias.

Las fuentes secundarias son textos que se basan en hechos reales y se diferencian de las fuentes primarias en que representan una interpretación o análisis de la información original. Estas fuentes suelen ser comentarios o análisis de las fuentes primarias y están sujetas a revisión por pares, lo que garantiza su calidad y precisión. Generalmente, son producidas por instituciones que valoran la rigurosidad metodológica, lo que contribuye al prestigio del autor. Los historiadores analizan ambos tipos de fuentes con un alto nivel de escrutinio.

Por otro lado, las fuentes primarias son documentos que provienen directamente de la época o contexto en el que ocurrió un fenómeno o suceso de interés para la investigación. Estas fuentes son consideradas la materia prima para llevar a cabo un estudio determinado. También existen fuentes primarias inéditas, que son aquellas que no están disponibles al público o tienen circulación restringida, como tesis o informes.

Fuentes secundarias usadas en la investigación. Se recolectó información de libros metodológicos, estadísticas del DANE, Procolombia, fuentes de información en la web e investigaciones relacionadas con la exportación de ropa deportiva con la finalidad de obtener información acerca de la comercialización del producto.

## 5.4. Población y Muestra

### *Población:*

En el presente proyecto, la población está conformada por todas las operaciones, normativas, requisitos y datos estadísticos relacionados con la exportación de ropa deportiva desde Santiago de Cali, Colombia, hacia la Zona Libre de Colón en Panamá. Esto incluye:

Registros de exportaciones del sector textil-colombiano.

Empresas exportadoras de ropa deportiva en Santiago de Cali.

Información oficial sobre aranceles, acuerdos comerciales y regulaciones aduaneras entre Colombia y Panamá.

Debido a que la población de datos es amplia y no limitada, se considera una población infinita, ya que no es posible contabilizar cada operación o documento existente en su totalidad.

### *Muestra:*

Para el análisis se seleccionará una muestra representativa de la información disponible en bases de datos oficiales y fuentes especializadas, incluyendo:

Estadísticas del DANE sobre exportaciones del sector confecciones.

Informes del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT).

Datos de la Dirección General de Aduanas de Panamá.

Estudios sectoriales de la Cámara Colombiana de Confecciones y organismos internacionales.

***Determinación del Tamaño Muestral:***

Dado que se trabaja con una población infinita (datos secundarios amplios), se emplea la fórmula para determinar el tamaño de muestra:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza (1.96 para 95%)

p = Probabilidad de éxito (0.5 si se desconoce)

q = 1 - p (0.5)

E = Margen de error (0.05)

***Cálculo Aplicado:***

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.05)^2} = 384.16 \approx 385$$

Esto indica que se analizarán al menos 385 registros o datos relevantes obtenidos de las fuentes mencionadas, garantizando que la muestra sea representativa y confiable.

## 5.5. Procedimientos

Se realizó una matriz de factibilidad de exportación donde se comparan los dos países preseleccionados en aspectos generales como gastos causados al embarque, tributos aduaneros y otros gastos, con estos valores realizados se selecciona al país con el gran total menor.

En el estudio de mercado se tuvo en cuenta los cinco países que más exportan ropa deportiva en el mundo, se realizó un análisis a cada país se consideró variables como la política, religión, cultura de negociación, idioma y acuerdos internacionales. Luego se preseleccionó dos de estos países y se les realizó el entorno donde se enmarca donde está ubicado cada país respecto a Colombia.

Se tiene en cuenta el marco legal de las exportaciones en Colombia puesto que estas son las que rigen en el país.

Estas son la ley marco de comercio exterior 7 y 9 1991 donde se indican las normas generales a las cuales se debe sujetar el gobierno Nacional para regular el comercio exterior en el país, también se dictan normas generales a las que deberá sujetarse el Gobierno Nacional para regular los cambios internacionales y se adoptan medidas complementarias.

El decreto 1169, donde se mencionan en algunos artículos los requisitos y obligaciones del exportador, la obligación aduanera en la exportación.

Resolución externa No. 1 de 2018, en él se habla de artículos en los cuales se refiere a los tipos de monedas en las cuales se puede negociar las exportaciones, la intervención en el mercado que tiene el banco de la república y las compras o ventas de divisas en el mercado. La circular externa DCIN-83, la cual señala todo lo relacionado con la exportación de bienes.

Para realizar una exportación es necesario estar inscrito en el R.U.T, en la V.U.C.E (ventanilla única de comercio exterior), conocer la posición arancelaria del producto a importar en la página de la D.I.A.N, tener el registro o licencia de la exportación.

Para calcular los costos de la exportación se realiza la matriz de costos de importación donde se indican datos como el costo del seguro, el flete internacional, el tipo de INCOTERM que se va a utilizar, añadiendo estos datos automáticamente se genera el total de los costos de la importación. Esta matriz es muy importante ya que con esta se puede conocer cuánto se debe pagar para poder realizar la exportación.

## **6. Estudio de Mercado**

### **6.1. Análisis del Sector**

En la actualidad, las empresas operan en entornos altamente competitivos, donde es esencial mantenerse alerta para no perder participación en su Dominio de Actividad Económica (DAE). Para lograrlo, es fundamental analizar constantemente a la competencia y anticiparse a las tendencias del mercado.

Las 5 fuerzas de Porter conforman un modelo de estudio de la estructura competitiva de una industria en el que se analizan: el poder de negociación de los clientes, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza procedente de los productos sustitutos, la amenaza que representan los productos entrantes y la rivalidad entre los competidores. Así, analizando estas cinco fuerzas, la empresa puede comprender su posición en un mercado y tomar decisiones estratégicas

En el diamante de Porter se analizan estos cinco elementos (clientes, proveedores, productos sustitutos, competidores potenciales y competencia) de forma separada pero

interconectados, ya que cada uno de ellos incide en el nivel de competencia de la organización. Así, podemos definir el diamante de Porter o análisis de las 5 fuerzas de Porter como la representación en forma de diagrama de diamante de los elementos que determinan nuestra posición en una industria.

**Poder de negociación de los clientes:** Hoy más que nunca, el consumidor es una de las fuerzas más potentes a la hora de determinar muchas de las estrategias empresariales. Los clientes tienen hoy la capacidad de exigir más calidad, forzar bajadas de precio o pedir servicios y extras. Generalmente, podemos determinar que los clientes tienen una gran fuerza cuando:

- Son pocos pero comprar en grandes cantidades.
- Cuando los productos del mercado en general son muy parecidos y hay muchos disponibles.
- También cuando para el cliente, el cambio de proveedor o de marca no supone un coste.

*¿Cómo mido el Poder de Negociación de los Clientes en el Diamante de Porter?*

Para medir el poder de los clientes en tu industria puedes hacerte alguna de estas preguntas que te ayudarán a determinar la intensidad de esta fuerza.

- ¿Qué volumen de compra efectúan los grupos de clientes?
- ¿Pueden mis clientes acudir a otro tipo de productos sustitutos?
- ¿Se puede dar la negociación de precios entre cliente y proveedor?

**Poder de negociación de los proveedores:** Los proveedores y su poder de negociación son otro de los elementos de las 5 fuerzas de Porter. Así, estos juegan un papel clave en el nivel de competencia de nuestra organización ya que pueden influir directamente en el precio de nuestro producto o servicio, así como en la calidad del producto. Contar con una buena cartera de proveedores que revisemos con asiduidad es fundamental para mejorar el posicionamiento dentro de una industria. El poder de los proveedores en nuestra industria será más o menos determinante en función de:

- El grado de concentración de los proveedores
- El coste que supone cambiar de proveedor es elevado
- No existen muchos proveedores que ofrezcan un servicio o producto determinado.

***¿Cómo mido el Poder de Negociación de los Proveedores en el Diamante de Porter?***

Te ayudamos a definir el grado de intensidad de esta fuerza con algunas preguntas.

Plantéate lo siguiente:

- ¿Les resulta fácil a mis proveedores encontrar clientes?
- ¿Están obligados a subir los precios?
- ¿Está la industria de los proveedores más concentrada que mi industria?

**Amenaza de productos o servicios sustitutivos:** Los productos o servicios sustitutos, también llamados de reemplazo son aquellos productos o servicios que pueden satisfacer necesidades muy similares a las de nuestro producto. Según el modelo de análisis de las 5 fueras de Porter, los productos sustitutos se convierten en una fuerza intensa, en una verdadera amenaza cuando:

- Ofrecen mejor calidad
- El coste del cambio no es elevado
- El precio es inferior

### *¿Cómo mido la Amenaza de Productos Sustitutivos en el Diamante de Porter?*

Necesitas valorar ahora la intensidad o fuerza de la amenaza de los nuevos productos del diamante de Porter, pero no tienes claro cómo hacerlo. Te ayudamos con estas preguntas:

- ¿Están ya disponibles estos productos para todo el mercado o sólo para una parte del mismo?
- ¿Cuál es la relación calidad/precio del producto sustituto?
- ¿Incorpora algún valor añadido que no tiene nuestro producto o servicio?

**Amenaza de entrada de nuevos competidores:** Los nuevos competidores que puedan existir o darse en nuestro mercado intentarán copar de forma rápida cuota de mercado. Algunos de ellos pueden ofrecer un valor añadido que no habíamos contemplado. Determinar el número de competidores nuevos y analizar el grado de amenaza que suponen nos ayudará a proteger nuestra cuota de mercado. Para saber si la amenaza de nuevos competidores es elevada deberemos tener en cuenta varios factores:

- Barrera de entrada de la industria. Esta expresión, utilizada en estrategia empresarial, apunta al grado de dificultad con la que se encuentra una empresa que quiere entrar en dicha industria. A menudo, estas barreras de entradas están relacionadas con el grado de inversión necesaria, aunque puede haber otro tipo de barreras legales, fiscales, etcétera.

- Economías de escala. Cuando las economías de escala no son fuertes es más fácil que otros agentes u organizaciones accedan a nuestra industria.

### *¿Cómo mido la Amenaza de Nuevos Competidores en el Diamante de Porter?*

Hay varias preguntas que puedes plantearte para realizar el análisis de esta fuerza de Porter. Te dejamos algunas que pueden ayudarte a valorar la facilidad o dificultad de entrada de nuevos competidores en tu mercado.

- ¿Qué inversiones de capital necesitan estos nuevos competidores para entrar en el mercado?
- ¿Tienen acceso fácil a los canales de distribución y canales de venta?
- ¿Cuentan con economías de escala significativas?
- ¿Cuál es la fortaleza de su imagen de marca?
- ¿Tienen fácil acceso a las materias primas?

**Rivalidad de los competidores actuales:** La rivalidad existente entre las empresas competidoras de una industria se verá reflejada, entre otras, en la necesidad continua de hacer reajustes o bajadas de precios para mantener la cuota de mercado, o tal vez en el requerimiento de una constante innovación. El modelo de análisis de las 5 fuerzas de Porter valora el grado de rivalidad de los competidores en función de:

- Bajadas de precios
- Estrategia de marketing y campañas de publicidad
- Introducción de nuevos productos

### *¿Cómo mido la Rivalidad de los Competidores en el Diamante de Porter?*

Tienes identificada a la perfección cuál es tu competencia, pero no sabes determinar el grado de rivalidad. Es el momento de que te hagas las siguientes preguntas:

- ¿Pueden los competidores bajar los precios fácilmente?
- ¿Cuáles son los objetivos estratégicos de la competencia?
- ¿Cuál es la estructura de costes de la industria?
- ¿Cómo se diferencian los productos?
- ¿Cuál es la tasa del crecimiento del sector?

El modelo de análisis de las 5 fuerzas de Porter sirve, en esencia, para analizar el entorno competitivo de una industria. Gracias al análisis de Porter podremos:

- Visualizar el mapa actual de nuestra competencia y medir la rentabilidad de una industria.
- Elaborar una mejor estrategia competitiva y estrategia empresarial.
- Anticipar tendencias y detectar nichos de mercado.
- Elaborar un plan de marketing competitivo
- Crear un producto o servicio que no sea fácilmente sustituible

(ALONSO, 2024)

### ***6.1.1 El Sector Exportador Colombiano***

#### ***Análisis de Mercado de Ropa Deportiva en Colombia***

El tamaño del mercado colombiano de ropa deportiva creció significativamente en 2024. Se estima que el mercado incrementa a una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 8,00% durante 2025-2034.

La ropa deportiva se refiere a las prendas confeccionadas con tejidos diseñados específicamente para actividades físicas. El poliéster y el nailon son algunos de los materiales más utilizados por los fabricantes para confeccionar ropa deportiva, ya que son resistentes, transpirables, ligeros y duraderos. Estas prendas incluso mejoran el rendimiento y proporcionan comodidad durante la práctica deportiva.

El mercado de ropa deportiva en Colombia está creciendo significativamente debido al creciente interés de la gente por las actividades deportivas y de fitness, el aumento de la inversión en la industria textil y el lanzamiento de nuevas prendas deportivas. Los colombianos se preocupan cada vez más por su salud, por lo que se inclinan por hacer yoga y diferentes deportes como el fútbol, la natación y el ciclismo, lo que también contribuye a aumentar la demanda de ropa deportiva en Colombia. Las principales empresas están colaborando para ampliar su presencia en el mercado, lo que crea oportunidades lucrativas para el desarrollo del mercado colombiano de ropa deportiva. En agosto de 2023, Puma una de las principales empresas de ropa deportiva del mundo, colaboró con Lemlem para lanzar una colección de ropa deportiva que incluía calzado y sudaderas con estampados geométricos, colores vibrantes y patrones únicos. La expansión de las plataformas en línea también está desempeñando un papel importante en el crecimiento del mercado colombiano de ropa deportiva. Muchas empresas están

invirtiendo en promocionar sus marcas en plataformas en línea y abriendo sus tiendas online. Mercado Libre, Éxito, Amazon, y Dafiti son algunas de las plataformas online más comunes para comprar ropa deportiva.

### ***Tendencias Predominante que Influyen en el Crecimiento del Mercado de Ropa Deportiva en Colombia***

El mercado de la ropa deportiva se ve favorecido por el lanzamiento de nuevos productos de ropa deportiva y el auge de la promoción de marcas por parte de personas influyentes en las redes sociales para llegar a una amplia base de consumidores. En septiembre de 2023, Adidas, una de las mayores empresas de ropa deportiva, lanzó unas nuevas zapatillas de correr Adizero Adios Pro-Evo 1 por un valor de 500 dólares.

Por otra parte, los grandes fabricantes de prendas deportivas se preocupan cada vez más por el medio ambiente, por lo que optan por materiales más sostenibles. En septiembre de 2022, Under Armor, la principal empresa de ropa deportiva anunció su objetivo de reducir su huella medioambiental utilizando plástico de un solo uso para los envases y empleando un 75% de tejidos fabricados con materiales de bajo desprendimiento. Por lo tanto, es probable que estas innovaciones impulsen el mercado de ropa deportiva en Colombia.

### ***Apertura de Nuevas Tiendas y Organización de Eventos Deportivos***

La apertura de nuevas tiendas de ropa en la región está influyendo positivamente en el mercado objetivo. En junio de 2023, H&M anunció la apertura de tres nuevas tiendas en Colombia. Por lo tanto, es probable que estas inversiones aumenten el tamaño del mercado de ropa deportiva en Colombia.

Por otra parte, el gobierno está invirtiendo fuertemente en actividades deportivas y financiando eventos deportivos, creando así enormes oportunidades para la expansión del mercado de ropa deportiva en Colombia. El 5 de noviembre de 2023, Barranquilla, Colombia, recibió oficialmente la oportunidad de albergar los Juegos Panamericanos de 2027. En este evento de juego, muchos jugadores vendrán de todo el mundo para participar en los diversos juegos. Algunos de los juegos que se incluyen en estos eventos son el béisbol, el ciclismo, el boxeo, el fútbol y el levantamiento de pesas, entre otros. Por lo tanto, estos eventos aumentarán la demanda de ropa deportiva en Colombia en los próximos años. (ENTERRPRISE, S/F)

## **6.2. Inteligencia De Mercados**

La industria textil colombiana también se destaca como un referente global por su excelencia, creatividad y sostenibilidad. Con una oferta que abarca desde tejidos de alta calidad hasta diseños innovadores y procesos productivos responsables, Colombia se consolida como un proveedor estratégico para el mundo, atrayendo la atención de mercados clave y generando oportunidades de crecimiento económico.

### ***6.2.1. Posibles Mercados***

- **Ecuador**

#### ***Entorno Político***

En los últimos meses la economía se ha desacelerado sustancialmente debido a un aumento de la inseguridad provocada por el crimen organizado, disrupciones en la producción de petróleo, crisis energética, eventos climáticos y la incertidumbre política.

Al mismo tiempo, el gobierno que asumió en noviembre del 2023 por un periodo de 18 meses ha enfrentado importantes restricciones de liquidez y un gran déficit de financiamiento. La

nueva administración ha tomado medidas importantes para hacer frente a la difícil situación fiscal. Además de implementar acciones para abordar las limitaciones de liquidez a corto plazo, se aprobaron leyes para aumentar la tasa del IVA (del 12 al 15%), dejar sin efecto la reducción gradual del Impuesto a la Salida de Divisas, promover la atracción de inversión extranjera, fomento de trabajo y la reactivación económica.

De igual manera De igual manera, el gobierno tomó medidas para focalizar los subsidios a las gasolinas y reducir el gasto corriente. En este contexto, el déficit anualizado del sector público no financiero se redujo a 2,0 por ciento en junio de 2024, desde el 3,6 por ciento registrado al cierre de 2023. En adelante, se requiere mantener el esfuerzo de consolidación fiscal para evitar que las restricciones de liquidez reaparezcan en los siguientes años. (ecuador b. m., 2025)

### ***Entorno Económico***

En el segundo trimestre de 2024, el Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador registró un decrecimiento de 2,2% comparado con el mismo periodo del año 2023[1]. Este comportamiento estuvo relacionado con las contracciones interanuales de la formación bruta de capital fijo (FBKF) de 8,2%, del consumo de los hogares en 2,2% y del gasto de gobierno en 0,6%. Por otro lado, se presentaron variaciones anuales positivas en las exportaciones de 1,9%, y en las importaciones de 0,2%.

De igual La reducción de la FBKF se debió a la contracción del sector de la construcción en 17,2%, que constituye alrededor del 44% de este componente. Asimismo, este componente se vio afectado por un decrecimiento de la demanda de bienes de capital como maquinaria y equipo de transporte. Adicionalmente, el consumo de los hogares se contrajo por la

disminución de la demanda de productos textiles y calzado, así como, por una caída en los servicios de comercio, transporte, alojamiento y servicios de comida. Por su parte, la reducción del gasto de gobierno estuvo relacionada principalmente a una disminución en el rubro de compras de bienes y servicios. (ecuador B. c., 2025)

### ***Entorno Cultural***

En la sierra, en los Andes y en el austro, están los quichuas de la sierra con pueblos como los otavalos, salasacas, cañaris y saraguros. En la parte norte se encuentra la comunidad de los awa. En la costa del Pacífico están los chachis, tsáchilas y huancavilcas. En las ciudades y pueblos viven mestizos, blancos y afro ecuatorianos, aunque también se dan importantes migraciones del campo a la ciudad.

Las comunidades indígenas del Ecuador están en su mayoría integradas dentro de la cultura establecida a diferentes niveles, pero algunas comunidades todavía practican sus propias costumbres, particularmente en lo más remoto de la cuenca pacha.

Por otro lado, están los afros ecuatorianos. Principalmente se encuentran dos concentraciones fuertes de población afro descendiente en el país. Por un lado, está la que existe en la costa norte en la provincia de Esmeraldas y por otro, la que vive en el Valle del Chota, entre las provincias de Imbabura y Carchi. Los afros ecuatorianos habitan de todas formas en todas las regiones del país, con especial concentración en Esmeraldas y de la sierra norte

La mayoría de la población ecuatoriana se auto identifica como mestiza, aunque existen algunos que prefieren adherirse a un legado cultural básicamente blanco/europeo, principalmente en las grandes ciudades, así también como existen mulatos, zambos y diversos grupos pequeños de inmigrantes de otros países y continentes. (netherlands, s/f)

- **Venezuela**

### *Entorno Económico*

La economía de Venezuela está orientada a las exportaciones de materias primas. La principal actividad económica de Venezuela es la exportación del petróleo, para la explotación y la extracción y refinación está a cargo la empresa estatal Petróleos de Venezuela, en un 30% le sigue los productos tradicionales como café, cacao, granos aguacates, piñas, camarones y otros productos marinos. Se exporta un 10% en productos no tradicionales como oro, coke y hierro. (wikipedia, Economía de Venezuela, 2025)

### *Entorno Político*

Venezuela tiene un sistema de partido hegemónico, dominado por el Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) junto con otros partidos. El PSUV se creó en 2007, uniendo a una serie de partidos más pequeños que apoyaban la Revolución Bolivariana de Hugo Chávez con el Movimiento Quinta República de Chávez. El PSUV y sus precursores han ocupado la presidencia y la Asamblea Nacional desde 1998. La coalición opositora de la Mesa de la Unidad Democrática (MUD), creada en 2008, reúne a gran parte de la oposición: Acción Democrática, Voluntad Popular, Un Nuevo Tiempo y Primero Justicia. Hugo Chávez, figura central del panorama político venezolano desde su elección a la presidencia en 1998 como outsider político, murió en el cargo a principios de 2013, y fue sucedido por Nicolás Maduro (inicialmente como presidente interino, antes de ganar por un estrecho margen las elecciones presidenciales venezolanas de 2013). Venezuela tiene un gobierno presidencial. The Economist Intelligence Unit calificó a Venezuela de "régimen autoritario" en 2020, con la puntuación más baja entre los países de América. (wikipedia, Política de Venezuela, 2025)

### ***Entorno Cultural***

Venezuela La cultura de venezolana es un crisol que integra fundamentalmente a tres familias distintas: la indígena, la africana y la española. Las dos primeras a su vez tenían culturas diferenciadas según las tribus. La transculturación y la asimilación, propias de un sincretismo cultural, condicionaron para llegar a la cultura venezolana actual, similar en muchos aspectos al resto de América Latina, aunque el medio natural hace que haya diferencias importantes.

La influencia indígena se limita a algunas palabras del léxico y a la gastronomía. La influencia africana del mismo modo, además de instrumentos musicales como el tambor. La influencia española fue más importante y en particular provino de las regiones de Andalucía y Extremadura, lugares de origen de la mayoría de colonos en la zona del Caribe durante la época colonial. Como ejemplo de ello se pueden mencionar las edificaciones, parte de la música, la religión católica y el idioma. Una influencia evidente española son las corridas de toros y ciertos rasgos de la gastronomía.

La República Bolivariana de Venezuela también se enriqueció por otras corrientes de origen antillano y europeo en el siglo XIX, en especial de procedencia francesa. En etapa más reciente, en las grandes ciudades y las regiones petrolíferas irrumpieron manifestaciones de origen estadounidense y de la nueva inmigración de origen español, italiano y portugués, aumentando el ya complejo mosaico cultural. Así por ejemplo de Estados Unidos llega la influencia del gusto por el béisbol y las construcciones arquitectónicas. (Venezuela, 2025)

- **Perú**

*Entorno Económico*

El repunte de la actividad económica en noviembre de 2024 se debe al impulso tanto de los sectores primarios como los sectores no primarios. De esta manera, los sectores primarios retornaron a la senda de crecimiento, con una tasa de 5,0%, la variación más alta desde mayo de 2024, dada la mejor dinámica de los sectores pesca (17,6%) y manufactura primaria (18,1%), asociado al inicio de la segunda temporada de pesca de anchoveta en la zona norte-centro.

En la misma línea, el sector agropecuario aumentó 12,4%, debido a mayores cosechas de productos orientados al mercado externo, destacando la producción de arándanos y las uvas; y el sector hidrocarburos creció 11,1%, por la expansión de la extracción de petróleo, gas natural y líquidos de gas natural. Por el contrario, la minería cayó 4,0% en noviembre, afectada por mantenimientos y menor ley de los minerales. En el caso de los sectores no primarios, continuaron con su dinámica positiva y alcanzaron un incremento de 3,6%, acumulando ocho meses de crecimiento consecutivo, destacando el mayor dinamismo de los sectores comercio (3,5%) y servicios (4,1%), explicado por la mejora del gasto de los hogares en un contexto de mayor generación de empleo. Asimismo, la manufactura no primaria aumentó 2,4%, debido a la mayor producción de textiles, prendas de vestir, químicos, muebles y maderas, entre otros.

Se espera que, para diciembre 2024, el PBI alcance un mayor crecimiento, en línea con la mejora de los indicadores adelantados. Por ejemplo, la producción de electricidad creció 3,1% en diciembre, con lo que se mantiene en terreno positivo por sexto mes consecutivo. Asimismo, las importaciones de bienes de capital en valores FOB crecieron 5,2% en diciembre 2024 y acumulan nueve meses de crecimiento. Adicionalmente, en diciembre 2024, el desembarque de anchoveta ascendió a 920 mil TM y se incrementó 464,7% (respecto a diciembre 2023); y al 13

de enero de 2025 alcanzó 270 mil TM, duplicando la cifra alcanzada en todo el mes de enero de 2024.

En este escenario, se prevé que el PBI alcance un crecimiento de 3,2% en 2024, tal como se proyectó desde agosto en el Marco Macroeconómico Multianual 2025-2028, lo que nos posicionará como uno de los países con el mayor crecimiento económico a nivel de las economías de la región. (finanzas, s/f)

## **Entorno Político**

**El Perú atraviesa una situación inédita** que ha dejado atónitos a propios y extraños: en apenas ocho años, el país ha visto desfilar seis presidentes, reflejo de una **crisis política** que muchos temen se vuelva permanente. Según un nuevo informe del **Atlantic Council**, un prestigioso *think tank* con sede en Washington, DC, la inestabilidad actual puede condenar la economía peruana al estancamiento si no se impulsan reformas estructurales de inmediato. Esta advertencia proviene del análisis recogido en los **Freedom and Prosperity Indexes** y de la experta en asuntos latinoamericanos **Liliana Rojas-Suarez**, quien subraya la urgencia de generar consensos.

El diagnóstico apunta a que el país, pese a haber tenido un notable período de estabilidad macroeconómica desde los años 90, sufre de un **vacío en la implementación efectiva de leyes y políticas**. “La debilidad de las instituciones y la gobernanza, reflejada en la **burocracia excesiva**, la corrupción y un poder judicial débil e ineficiente, dificulta la inversión del sector privado nacional y extranjero”, reza el texto. Para muchos inversionistas, el vaivén político y las constantes **pugnas entre el Ejecutivo y el Legislativo** elevan el riesgo de hacer negocios en territorio peruano.

La paradoja, como enfatiza Rojas-Suarez, radica en que el Perú mantuvo estabilidad fiscal e inflación controlada desde finales del siglo pasado, pero hoy la falta de liderazgo y la desconfianza ciudadana amenazan con erosionar esos avances. El informe señala que “**la inacción de varias administraciones para implementar reformas estructurales esenciales**” durante los años de bonanza minera dejó al país sin motores internos de crecimiento. Ahora, con la crisis política visiblemente cronificada, los expertos advierten sobre un círculo vicioso donde **la inestabilidad alimenta la falta de reformas y viceversa**. (infobae, s/f)

### *Entorno Cultural*

La cultura peruana es una gran mezcla de componentes de distintas etnias que habitaron y habitan lo que actualmente es el territorio del Perú, las más importantes son el bloque indígena y criollo o español, seguido por los bloques afroperuano y asiático y en menor medida el italooperuano, todo esto es potenciado por las tres principales regiones naturales, es decir la costa, la selva y la sierra. Es por eso que la cultura peruana se la considera una cultura mestiza y eso queda ampliamente demostrado en su gastronomía que es reconocida por su variedad de platos, bebidas y postres, en las danzas como la marinera, el festejo, el tondero, el huayno, el huaylas, el witiiti, la diablada, los huayruros entre otros. escenario, se prevé que el PBI alcance un crecimiento de 3,2% en 2024, tal como se proyectó desde agosto en el Marco Macroeconómico Multianual 2025-2028, lo que nos posicionará como uno de los países con el mayor crecimiento económico a nivel de las economías de la región (wikipedia, Cultura del Perú, 2025)

### *6.2.2. País Seleccionado*

Panamá es uno de los países que mejor ha logrado distinguir la belleza de Colombia y el valor de los bienes que se producen dentro de la industria nacional. Por esto, mantiene las puertas

abiertas a nuestras empresas y al sello colombiano, lo que lo ha convertido en el segundo destino de las exportaciones no minero-energéticas del país y en un mercado prometedor para los exportadores nacionales de diversos sectores productivos.

### **Panamá**



### 6.2.2.1. Entorno Económico



Panamá ha consolidado su liderazgo en sostenibilidad ambiental al convertirse en uno de los primeros países carbono negativo del mundo, con sus bosques capturando más carbono del que emite. Este logro refleja su compromiso con el medio ambiente y se complementa con su posición como centro logístico y financiero clave en la región, impulsado por el dinamismo del Canal de Panamá y sectores como construcción, transporte y servicios. Sin embargo, el país enfrenta desafíos significativos, como la desigualdad social, la reducción de la pobreza en comunidades indígenas y afro-panameñas, y el impacto económico de la paralización de actividades mineras y las restricciones en el Canal debido a la sequía. A pesar de estos retos, Panamá ha demostrado resiliencia, saliendo de la lista de alto riesgo del GAFI y manteniendo acceso a los mercados de capital. Con la nueva administración de José Raúl Mulino, enfocada en reformas fiscales, crecimiento sostenible y adaptación climática, Panamá tiene la oportunidad de restaurar su dinamismo económico, reducir la pobreza y fortalecer su posición como un destino atractivo para la inversión extranjera, asegurando un futuro más estable y próspero. (PANAMA, 2024)

### 6.2.2.2. Entorno Político:



La situación política en Panamá se caracteriza por una estabilidad democrática y un firme compromiso con el Estado de derecho, respaldado por un sistema multipartidista y elecciones periódicas consideradas libres y justas. Sin embargo, el país enfrenta desafíos significativos, como la corrupción, la impunidad y la erosión de las instituciones democráticas, que han generado preocupación entre la ciudadanía. A pesar de las promesas del presidente Laurentino Cortizo Cohen, electo en 2019, de combatir la corrupción y mejorar la economía, su administración ha sido criticada por los avances limitados en estas áreas, sumado a problemas económicos como la inflación y el desempleo. No obstante, Panamá mantiene su carácter de país próspero y democrático, con esfuerzos gubernamentales y una sociedad civil activa que exige transparencia y rendición de cuentas. Logros recientes, como las acusaciones contra expresidentes por corrupción, la creación de un nuevo partido político y la implementación de un plan anticorrupción, reflejan avances en la lucha contra estos flagelos. Además, el apoyo de organizaciones como IDEA Internacional ha fortalecido las capacidades del Tribunal Electoral, garantizando la integridad de los procesos democráticos. En este contexto, Panamá continúa trabajando para consolidar su democracia, enfrentar la corrupción y construir un futuro más transparente y equitativo. (IDEA, 2022)

### 6.2.2.3. Entorno Ambiental



Bajo la gestión del ministro Milciades Concepción, el **Ministerio de Ambiente (MiAMBIENTE)** de Panamá ha impulsado una serie de iniciativas nacionales e internacionales que consolidan al país como un líder en la protección y conservación de los recursos naturales, así como en la lucha contra el cambio climático. Con motivo del **Día Mundial del Ambiente**, celebrado el 5 de junio, se destacan logros significativos que posicionan a Panamá como un referente en sostenibilidad ambiental a nivel global. Entre estos avances se encuentran la restauración de **187,657.08 hectáreas de bosques**, la ampliación de áreas marinas protegidas que cubren el **54.33% de la zona económica exclusiva**, y la sanción de leyes clave para la protección de tortugas marinas y mamíferos marinos. Además, Panamá ha asumido compromisos ambiciosos para reducir la contaminación plástica y ha avanzado en la transición hacia una flota vehicular eléctrica, alineada con la **Estrategia Nacional de Movilidad Eléctrica**.

El país también ha fortalecido su marco institucional con la creación del **Centro Interinstitucional para el Monitoreo Marino** y ha recibido reconocimientos internacionales, como el premio **Blue Park** por la conservación excepcional de la vida marina en la **Cordillera de Coiba**. Asimismo, se han implementado políticas y estrategias clave, como la **Estrategia**

**Nacional REDD+**, la **Política Nacional de Océanos** y la **Estrategia Nacional del Ambiente (ENA 2021-2031)**, que buscan guiar al país hacia un desarrollo sostenible y resiliente.

Sin embargo, Panamá enfrenta desafíos importantes, como la **gestión de desechos sólidos**, la **deforestación**, el **cambio de uso de suelo** y la **cultura ambiental deficiente**. Estos retos requieren de un esfuerzo conjunto entre el gobierno, la sociedad civil y las organizaciones internacionales para garantizar la protección de los recursos naturales y el bienestar de las comunidades. Con un enfoque integral y colaborativo, Panamá continúa avanzando hacia un futuro más sostenible, demostrando que la conservación ambiental y el desarrollo económico pueden ir de la mano. (AMBIENTE, 2023)

#### ***6.2.2.4. Entorno Cultural***



La cultura panameña está profundamente arraigada en sus tradiciones, con una fuerte conexión con el pasado indígena y africano. Uno de los principales símbolos de la identidad del país es la pollera, un vestido tradicional decorado con bordados y joyas de oro, usado especialmente en ocasiones especiales. Además, el sombrero pintado es otro emblema nacional que refleja el estatus de quien lo lleva.

La artesanía panameña, como las molas de los Kuna y las miniaturas de tagua de los Emberá, destacan por su complejidad y belleza. Los pueblos indígenas aún conservan su autonomía y tienen un gran impacto cultural en el país.

El baile Congo, una danza de origen africano, expresa la lucha y el erotismo de los esclavos negros, siendo una manifestación cultural vibrante y colorida.

En cuanto a la gastronomía, destacan platos como el Gallo Pinto, el guacho de marisco y el sancocho, que reflejan la vida rural y las influencias de distintas culturas, siendo fundamentales en la dieta diaria de los panameños.

Cumplir con las regulaciones y normativas de importación en Panamá es crucial para el éxito de la exportación. Un enfoque proactivo en la comprensión y el cumplimiento de estos requisitos no solo facilita el proceso de entrada al mercado, sino que también ayuda a evitar sanciones y retrasos que podrían afectar la reputación y la viabilidad del negocio.

La implementación de una estrategia de distribución y marketing bien definida es esencial para establecer una presencia sólida en el mercado panameño. Al formar alianzas con distribuidores locales y utilizar plataformas de venta en línea, las empresas pueden maximizar su alcance. Además, una comunicación efectiva de los valores y características de la marca a través de campañas de marketing puede atraer a los consumidores y fomentar la lealtad a la marca.

### 6.2.3. País Origen

#### Colombia



#### 6.2.3.1 Entorno Económico



Colombia mantiene un marco macroeconómico sólido (reglas fiscales, tipo de cambio flexible y metas de inflación), pero su crecimiento se desaceleró (0,6% en 2023) por ajustes postpandemia e incertidumbre política. Aunque la inflación y los déficits se corrigen, el país requiere impulsar la productividad, diversificar exportaciones y cerrar brechas en infraestructura, educación e instituciones para alcanzar su potencial de crecimiento (2,9% a futuro).

La pobreza disminuyó en 2023 gracias a mejores ingresos laborales, pero persisten desigualdades sociales y geográficas. Para reducir estas brechas, se necesitan reformas laborales inclusivas, ajustes en transferencias fiscales y fortalecimiento de gobiernos locales.

Además, Colombia enfrenta retos climáticos crecientes, con eventos extremos que afectan economías locales, y una dependencia crítica del sector de combustibles fósiles (clave en ingresos e IED). Una transición ordenada hacia una economía diversificada y resiliente al clima es esencial para cumplir metas ambientales y garantizar estabilidad económica a largo plazo.

(MUNDIAL G. B., 2024)

### ***6.2.3.2. Entorno Tecnológico***



La tecnología en Colombia ha tenido un crecimiento significativo en los últimos años, destacándose en el Producto Interno Bruto (PIB) y el mercado laboral. Desde 2010, la industria tecnológica ha crecido constantemente, alcanzando un 2.94% del PIB en 2021 y 2022. Este crecimiento ha posicionado a Colombia como el cuarto país más grande de Latinoamérica en el sector tecnológico.

En el Índice Global de Innovación 2022, Colombia mejoró su posición, subiendo del puesto 67 al 63, destacando en pilares como infraestructura, sofisticación empresarial e

instituciones. Sin embargo, el país aún enfrenta un desbalance entre la inversión en tecnología y los resultados en innovación.

El sector bancario, especialmente las Fintech, es uno de los más innovadores, con un fuerte crecimiento en la digitalización de servicios financieros. A pesar de estos avances, el país sigue enfrentando desafíos, como la brecha digital en las zonas rurales, la inclusión de las mujeres en el sector tecnológico y la capacitación de pequeñas empresas en herramientas digitales.

Finalmente, la industria del software también ha experimentado un auge, con un crecimiento en el número de empresas y exportaciones, destacando a Colombia como un referente en la región. Sin embargo, aún se necesitan esfuerzos para regular estos avances tecnológicos y garantizar que beneficien a todos los sectores de la población. (EXPERIAN, 2024)

### **6.2.2.3. Entorno Político**



La Constitución de 1991 marcó un hito en la historia política de Colombia, pues dio inicio a un proceso de mayor participación ciudadana y un marco democrático más robusto. Esta carta constitucional es considerada una de las más avanzadas del mundo, destacándose por el reconocimiento legal de los derechos fundamentales de todos los colombianos.

Colombia es un estado social de derecho, republicano, democrático y representativo, con una clara división de poderes: ejecutivo, legislativo y judicial.

#### **PODER EJECUTIVO:**

El presidente y vicepresidente son elegidos por sufragio universal, con una segunda vuelta electoral si no se alcanza la mayoría absoluta. El presidente es el jefe de Estado y Gobierno, elegido cada cuatro años. Las principales fuerzas políticas son el partido Liberal y el Conservador, que tienen mayoría en el Congreso.

#### ***Poder Judicial:***

El sistema judicial está compuesto por varias instituciones clave. La Corte Suprema de Justicia es el máximo tribunal de la jurisdicción ordinaria, actúa como tribunal de casación y puede juzgar al presidente y a los miembros del Congreso. La Corte Constitucional defiende el orden constitucional y evalúa la constitucionalidad de las leyes. El Consejo Superior de la Judicatura supervisa la conducta de los funcionarios judiciales y gestiona la rama judicial, mientras que el Consejo de Estado es el órgano supremo en la jurisdicción contencioso-administrativa y actúa como asesor del gobierno en temas administrativos.

#### ***Poder Legislativo:***

El Congreso está compuesto por el Senado y la Cámara de Representantes. El Senado tiene 102 miembros, 100 elegidos por circunscripción nacional y 2 por una circunscripción indígena especial. La Cámara de Representantes tiene 166 miembros elegidos por circunscripción departamental. Ambos cuerpos legislativos cumplen un periodo de cuatro años y son responsables de la creación y modificación de leyes. (COLOMBIANO, S/F)

#### 6.2.3.4. *Entorno Ambiental*



Colombia es un país con una biodiversidad excepcional, al ser hogar del mayor número de especies de flora y fauna del planeta. En su territorio se encuentran más de 1.800 especies de aves, desde el majestuoso cóndor de los Andes hasta el diminuto colibrí. Los jardines botánicos del país han clasificado más de 130,000 especies de plantas.

La vegetación de Colombia varía según las regiones y los climas. En zonas cálidas y lluviosas, como la región del Pacífico y la Amazonía, predominan los árboles de gran altura y follaje perenne, además de enredaderas lechosas y plantas epífitas. Los árboles como guadua, pino, cedro y caoba son comunes, y muchas plantas tienen usos medicinales y alimenticios, como la quina, el cocotero y el seje. Además, se encuentran especies que sirven para la producción de textiles y caucho.

En las zonas costeras y de aguas saladas, los manglares crecen a lo largo de la llanura del Pacífico, la Ciénaga Grande de Santa Marta y la bahía de Barbacoas, formando comunidades adaptadas al entorno. En las regiones semi-húmedas, como las llanuras del Caribe y los Llanos Orientales, la vegetación es mayormente de pastos y pequeños árboles, con matorrales y diferentes tipos de cereales.

En las zonas áridas, como el Caribe y algunas mesetas, predominan plantas espinosas y cactus adaptados a la sequedad. Estas regiones se encuentran a lo largo de los valles de los ríos y mesetas del país. En el clima templado, entre las cordilleras Occidental y Central, los bosques han sido reemplazados por cultivos de café, yuca y pastos, pero aún conservan áreas de bosques de niebla, con árboles pequeños y plantas epífitas.

Finalmente, en las altas montañas, como los páramos de Bogotá, la vegetación está dominada por el frailejón y arbustos achaparrados, adaptados a las bajas temperaturas y vientos fríos. Bogotá también se destaca por su árbol insignia, el nogal, y la orquídea, símbolo nacional que está en peligro de extinción y que la ciudad protege activamente.

Colombia, con su increíble diversidad de ecosistemas y especies, es un verdadero paraíso natural que sigue siendo una de las principales riquezas del país. (BOGOTANITOS, S/F)

#### ***6.2.3.5 Entorno Cultural***



Colombia es un país multiétnico y pluricultural que conserva una rica diversidad cultural y lingüística. En él coexisten 87 pueblos indígenas, con 65 lenguas y 13 ramas lingüísticas diferentes. Las raíces culturales del país provienen de las avanzadas civilizaciones precolombinas, como la Muisca y la Tayrona, conocidos por sus habilidades en cerámica y

orfebrería, especialmente en el uso del oro. Estas culturas precolombinas se pueden explorar en parques arqueológicos y en el Museo del Oro en Bogotá.

La llegada de los colonizadores españoles y la posterior importación de esclavos africanos diversificaron aún más la cultura colombiana. Esto ha dado lugar a distintas tradiciones según las regiones, como la cultura andina, que destaca por el uso de la guitarra, el tiple y la bandola; la cultura caribeña, que fusiona influencias indígenas y africanas, con el vallenato como danza principal; la cultura del Pacífico, de raíces africanas, caracterizada por sus danzas al ritmo de tambores y marimba; y las tradiciones de Antioquía, donde la flauta yuruparí y los tambores maguares son elementos sagrados.

Las tradiciones musicales y danzas se celebran en los numerosos festivales del país, siendo la Fiesta de las Flores de Medellín en agosto, los Carnavales de Barranquilla en febrero y la Feria de Manizales en enero los más destacados. Además, el país cuenta con eventos culturales internacionales como el Festival Internacional de Cine, el Hay Festival de Cartagena y la Feria Internacional del Libro de Bogotá.

En el ámbito literario, Gabriel García Márquez es una figura central, siendo su obra "Cien Años de Soledad" una de las más representativas de la literatura universal. En las bellas artes, el pintor Fernando Botero ha ganado renombre internacional por sus figuras voluminosas, y su obra puede apreciarse en el Museo Botero de Bogotá.

Colombia también está emergiendo como un destino gastronómico, gracias a la riqueza de sus productos agrícolas. Frutas exóticas como el maracuyá y la gulupa, y tubérculos como la yuca y el ñame, son ingredientes esenciales de platos tradicionales como las arepas, que son consumidas diariamente en todo el país. (COLOMBIA, S/F)

### 6.3. Producto



### ***6.3.1. Portafolio Del Producto.***

Esta nueva colección de ropa diseñada para ofrecerte comodidad, estilo y rendimiento en cada entrenamiento. Cada prenda está pensada para adaptarse a tus necesidades y maximizar tu rendimiento, sin sacrificar el confort. Descubre nuestra línea de productos diseñados con materiales innovadore, tecnología avanzada y un diseño ergonómico que te permita alcanzar tus metas.

Este tipo ropa deportiva está diseñada para ofrecerte máxima comodidad y rendimiento durante cada kilómetro de tu carrera. Fabricadas con materiales poliéster, nylon, son ligeras y tienen propiedades de sacado rápido que mantienen tu piel fresca y seca, incluso en los entrenamientos más intensos.

#### **Características**

- Materiales: poliéster/nylon de alta calidad.
- Secado rápido para mantenerse seco en todo momento.
- Ligereza y transpirabilidad.
- Corte ergonómico que favorece movilidad.

**Colores Disponibles:** Negro, Azul, Naranja

**Tallas:** S, M, L, XL

### ***6.3.2. Generalidades Del Producto.***

Esta colección de ropa deportiva está pensada para quienes buscan rendimiento, comodidad y estilo en cada actividad. Cada prenda es el resultado de un diseño cuidadoso y el uso de materiales de última generación para asegurar que puedas alcanzar tu máximo potencial.

#### ***Materiales De Alta Calidad***

Las prendas están fabricadas con materiales innovadores y de alta tecnología, como poliéster, nylon, licra, spandex, microfibra, que permiten mayor transpirabilidad, elasticidad y durabilidad.

#### ***Tecnología De Secado Rápido***

Gracias a los materiales de secado rápido, estas prendas eliminan la humedad de la piel y mantienen tu cuerpo fresco y seco incluso durante entrenamientos intensos. Esto reduce la incomodidad y el riesgo de irritaciones. Ayudándote a concentrarte en tu rendimiento.

#### ***Diseño Ergonómico***

El ajuste de las prendas está pensado para acomodarse perfectamente a la anatomía del cuerpo. Con cortes ergonómicos, costuras planas y una confección que favorece la libertad de movimiento, podrás entrenar con total comodidad sin restricciones. Ya sea para correr, entrenar en el gimnasio o practicar yoga, nuestras prendas se ajustan a tu ritmo.

#### ***Soporte Y Estabilidad***

Algunas de estas prendas, como los sujetadores deportivos y pantalones de compresión, ofrecen un soporte adicional que mejora el rendimiento durante actividades de alto impacto. El

soporte muscular y la compresión permiten mayor estabilidad y reducen la fatiga muscular durante ejercicios intensos

### ***Transpirabilidad Y Control De Temperatura***

El control de temperatura es una característica clave de estas prendas. Incorpora tejidos que permiten que el aire circule y la humedad se evapore, evitando que el calor y la sudoración afecten tu rendimiento. Esto asegura que puedas mantenerte cómodo y concentrado en tu actividad, sin importar la duración o la intensidad de tu entrenamiento.

### ***Diseño Funcional Y Estético***

Cada prenda está diseñada no solo para optimizar tu rendimiento, sino también para destacar tu estilo. Ya sea que prefieras colores clásicos y neutros o tonos más vibrantes y modernos, nuestras prendas son versátiles y fáciles de combinar con cualquier outfit deportivo.

### ***Sostenibilidad***

A la compañía le importa el medio ambiente, por lo que se compromete con el uso de materiales sostenibles. Muchos de los productos están hechos con materiales reciclables y procesos que minimizan el impacto ambiental. Al elegir este tipo de ropa, no solo mejoras tu rendimiento, sino que también contribuyes al cuidado del planeta.

### ***Variedad Tamaños y Ajustes***

Esta colección está disponible en una amplia gama de tamaños, para que todas las personas puedan encontrar prendas que les queden perfectamente. Ofrecemos opciones desde tamaños pequeños hasta grandes, garantizando un ajuste cómodo para cada tipo de cuerpo.

## **6.4. Mercado Proveedor**

### ***Deportes Jimmy***

Es una reconocida tienda deportiva de Colombia dedicada a ofrecer a sus clientes los mejores productos para la práctica de cualquier deporte. Se especializan en proporcionar artículos de alta calidad para deportistas de todos los niveles, desde profesionales hasta aficionados, siempre buscando garantizar el mejor rendimiento y confort para cada actividad deportiva.

### ***Vazzic:***

Ofrece una selección de artículos deportivos de alta calidad, diseñados para maximizar el rendimiento y comodidad en cada entrenamiento.

### ***Sportmax Colombia:***

Es una tienda deportiva líder en Colombia, comprometida en indumentaria y equipamiento deportivo. Con una amplia selección de producto de excelente calidad, trabaja con marcas a nivel nacional e internacional. Su amplio catálogo incluye ropa técnica y accesorios para diversas disciplinas.

### ***Sportlive:***

Se dedica a la importación y distribución de ropa deportiva, ofreciendo soluciones para negocio, academias y equipos en todo el país. Garantizan durabilidad, confort y amplio desempeño. Cuentan con asesoría personalizada y ayudan a elegir productos adecuados para el mercado de sus clientes

## **6.5. Mercado Potencial Objetivo**

### ***6.5.1. Población Objetivo***

El producto está dirigido a damas y caballeros entre los 15 años en adelante, en la ciudad de Panamá con un nivel de ingresos mensuales iguales o superiores a partir del salario mínimo legal vigente \$341.12 dólares al mes pertenecientes a los estratos 1,2,3 que tengan como presupuesto de gasto para este tipo de producto por lo menos \$ 45 dólares al mes.

### ***6.5.2. Tendencias y Comportamiento del Consumo del País de Destino***

Panamá es uno de los mercados más importantes en la región, debido a su ubicación privilegiada y a las oportunidades comerciales y financieras que el país tiene que ofrecer. Como hemos mencionado antes, la penetración de las plataformas digitales, como Internet, telefonía móvil y el Internet móvil han promovido el crecimiento del e-commerce y del uso de redes sociales, pero, para poder venderle al consumidor panameño, hay que conocerlo.

#### ***El Consumidor Panameño Como una Especie en Evolución***

El consumidor panameño no es el mismo que hace veinte, quince o hasta 10 años. Hoy en día, las nuevas generaciones e, incluso las viejas, han girado sus tendencias y preferencias hacia otros caminos. Otro factor a considerar, además de la globalización y la llegada de información del exterior por medios digitales, lo que genera aspiracionalidad, es el incremento de la capacidad adquisitiva de los panameños. Ahora que tienen más ingresos para gastar, entonces tienen la posibilidad y la disposición de gastar más en productos más caros, diferentes y arriesgados.

Un ejemplo de esto se ve claramente en la marcada tendencia por el consumidor panameño por preferir los productos orgánicos. Pese a tener, en promedio, un valor de entre 20% y 30% superior a productos que no siguen prácticas ecológicamente sustentables, son de producción orgánica y están libres de químicos, jóvenes profesionales de 23 años en adelante han adoptado un consumo que, anteriormente, se restringía prácticamente a extranjeros. A decir de esto, en la capital del país, hay al menos 12 restaurantes de prestigio que sirven en sus cartas productos orgánicos, con el fin de apelar a este nuevo gusto del consumidor panameño. Otro ámbito llamativo, es el e-commerce en Panamá, cada vez más personas compran a través de plataformas digitales.

También sucede algo similar con el consumo de cerveza. Durante más de 100 años, la cerveza nacional ha tenido una dominancia total del mercado y ha sido el referente inmediato del consumidor panameño. Esto ha cambiado significativamente y, ahora, los panameños están volteando a ver las marcas internacionales. Si bien más de 70% de las ventas totales de cerveza son de marcas nacionales, la marca que más se vende en autoservicios es Miller, una marca extranjera. Esta tendencia por preferir las marcas Premium, tanto para su consumo in situ como en puntos de venta sólo seguirá creciendo, lo que marca un claro cambio de preferencias y hábitos por parte del consumidor panameño, quien ahora voltea a ver marcas que antes no estaban en su espectro o a su alcance.

Pero no todo es positivo en cuanto a los hábitos del consumidor panameño. De hecho, la más reciente encuesta de índice de confianza del consumidor reveló una pérdida de 12 puntos con respecto al año anterior. Esto significa que el consumidor panameño, al estar más informado y tener más acceso a datos que no tenía antes, está siendo un consumidor que está al pendiente de las marcas; es un consumidor que cuestiona y duda y no sólo compra. Sin embargo, también se

encontró, en un estudio distinto, que el consumidor panameño no planifica sus compras y no sabe distinguir de entre un deseo y una necesidad. Esto genera que exista un mayor índice de endeudamiento y menor margen para el ahorro.

¿Cómo apelar entonces a este mercado? Se trata de hacer un acercamiento fuerte al factor aspiracional y a la novedad. Al tener acceso a más información de fuera, así como a productos más caros y distintos, el consumidor panameño se da el lujo de ser más atrevido en su consumo, y los productos extranjeros y orgánicos, es decir, los que están en boga, son altamente atractivos.

(BLOG, s/f)

### ***6.5.3. Requisitos del Consumidor Para el País del Destino***

La Organización Panamericana de la Salud (OPS) presentó en Panamá el paquete “ACTIVE”, una serie de intervenciones diseñadas para fomentar la actividad física como parte de un esfuerzo conjunto para frenar el avance de la obesidad. En reuniones con el Ministerio de Salud y PANDEPORTE, se compartieron estrategias para promover el ejercicio en todos los niveles de la sociedad, desde las familias hasta las comunidades.

El plan busca integrar la actividad física como un eje de salud pública, conectando iniciativas como caminar, andar en bicicleta y campañas educativas. Especialistas de la OMS destacaron que la inactividad física es un riesgo creciente para enfermedades crónicas, y Panamá necesita fortalecer sus políticas en este ámbito.

Durante los encuentros, se propuso aplicar la herramienta GAPPA-SAT, que ayuda a evaluar los esfuerzos actuales y detectar oportunidades de mejora. Además, se enfatizó en el trabajo conjunto entre salud y deporte, y en la importancia de recopilar y usar datos para una

planificación más efectiva. Estas acciones buscan generar un impacto real en el estilo de vida de los panameños.

Hoy en día, más que nunca, la población en Panamá está enfocada en llevar un estilo de vida activa y saludable, sin importar la edad. La ropa deportiva ya no es solo para atletas: se ha convertido en una opción popular para todo tipo de personas que quieren sentirse cómodas, seguras y con buena energía mientras se ejercitan en su diario vivir.

Por esta manera la elección de ropa deportiva en Panamá va más allá de una simple compra; es una decisión basada en comodidad, funcionalidad y estilo. Los panameños buscan prendas que se adapten a su ritmo de vida, ya sea para entrenar en el gimnasio, o simplemente para llevar un look deportivo en su día a día.

Más que moda, la ropa deportiva debe ser cómoda y transpirable, permitiendo moverse con libertad sin que el calor o la humedad del clima se conviertan en un obstáculo. (salud, 2023)

## **6.6. Mercado Competidor**

### ***6.6.1. Países Exportadores Del Producto***

Los textiles, que ocupan el séptimo lugar como producto más comercializado del mundo, tienen un valor comercial total de aproximadamente 882 mil millones de dólares estadounidenses. El líder de esta industria es China, no solo en exportaciones sino también en producción y venta minorista. En 2022, las exportaciones textiles de China, incluidas prendas de vestir y accesorios, alcanzaron los 323 mil millones de dólares, lo que marca un aumento del 2,53% con respecto al año anterior.

Bangladesh, el segundo mayor exportador de prendas de vestir, envió textiles por valor de 46.200 millones de dólares en 2021, incluidos artículos como camisetas de punto, trajes de hombre que no son de punto y suéteres de punto. Vietnam le sigue como el tercer mayor exportador de textiles, con 37.570 millones de dólares en exportaciones, principalmente a China, Corea del Sur, Japón y Canadá.

La industria textil de la India, que emplea a más de 35 millones de personas, exportó más de 44.000 millones de dólares, centrándose en prendas confeccionadas, tejidos de algodón y textiles artificiales. Alemania, muy de cerca siguiendo a la India, exportó textiles por valor de 40.500 millones de dólares anuales, siendo Polonia, Austria y Francia los principales destinos.

Turquía, que ocupa el sexto lugar a nivel mundial y el tercero en Europa en exportaciones textiles, alcanzó los 12.900 millones de dólares, especializándose en productos como seda, ropa de hombre y mujer y alfombras. Italia, como principal productor europeo, ocupa el séptimo lugar en exportaciones, con una cifra anual de 57.000 millones de dólares, exportando principalmente chándales, trajes de esquí y trajes de baño.

Estados Unidos vio sus exportaciones de textiles y prendas de vestir alcanzar los 34 mil millones de dólares en 2022, un aumento del 9,77% respecto al año anterior. España, con exportaciones principalmente a Francia, Italia, Portugal y Polonia, ve su industria textil valorada en alrededor de 5 mil millones de dólares. Pakistán, completando los diez primeros, tiene exportaciones textiles que constituyen aproximadamente el 60% de sus exportaciones totales. (moda, 2023)

### 6.6.2. Procedencia del Producto en el País destino

- Perú: reconocido por exportar algodón y prendas de alta calidad
- México: principalmente ropa de mezclilla. Uniformes y moda casual.
- Estados unidos: exporta marcas reconocidas, ropa de diseñador.
- Brasil: especializado en ropa de playa, lencería y moda fitness.
- Vietnam: destaca por la exportar ropa deportiva, calzado y textiles de alta calidad.
- Bangladés: gran exportador de ropa concesionada, incluyendo jeans, camisetas de alta calidad.
- Colombia: proveedor de ropa de alta calidad, se enfoca en los jeans, ropa interior fajas y textiles innovadores.
- China: el mayor proveedor del país especialmente por sus productos a bajos costos, y ropa deportiva.
- Indonesia: provee ropa casual, deportiva y uniformes industriales
- India: exporta textiles y prendas de vestir, incluyendo algodón, poliéster y mezclas sintéticas.

### 6.6.3. Precios Internacionales del Producto

<b>PRODUCTO</b>	<b>PRECIO</b>
LICRAS CORTAS DAMA	\$ 75,90
LEGGINS DEPORTIVO DAMA	\$ 100,90
MEDIA PANTALON DAMA	\$ 50,00
BUSO DE COMPRESION HOMBRE	\$ 85,00
SHORT DE COMPRESION HOMBRE	\$ 99,00
PANTALONETA CORTA	\$ 88,90
LICRA PANTALON HOMBRE	\$ 98,90
CAMISA GYM ESQUELETO	\$ 96,80
SHOT DEPORTIVO	\$ 75,79

## 6.7. Canal de Distribución

- **Fabrica en Cali:** Todo comienza en una fábrica en Cali, donde los trabajadores confeccionan la ropa deportiva. Aquí se hacen los controles de calidad y se empaacan las prendas listas para su viaje.
- **Transporte a buenaventura:** Una vez lista, la mercancía se carga en camiones que recorren la carretera hasta el puerto de Buenaventura. Este trayecto es clave porque asegura que la carga llegue a tiempo para su embarque.
- **Transporte marítimo:** En el puerto, la ropa es colocada en contenedores y embarcada en un buque de carga. Durante unos días, la mercancía cruza el mar hasta llegar a los puertos panameños de Colón
- **Desaduanazacion en Panamá:** Al llegar a Panamá, la carga pasa por un proceso de inspección en aduanas. Aquí, los agentes verifican que todo esté en regla, se pagan impuestos y se libera la mercancía para su distribución.
- **Venta al consumidor final:** Desde Panamá, la ropa deportiva puede llegar al consumidor de varias formas:
  1. Tiendas físicas en centros comerciales o almacenes.
  2. Venta en línea a través de e-commerce como Mercado Libre o redes sociales.
  3. Mayoristas que compran en grandes volúmenes para revender en otros países.



## **6.8. Estrategias de Mercadeo**

### ***Marketing Digital Internacional:***

Utilizar plataformas como Instagram, Facebook, TikTok y Google Ads, con segmentación específica para el mercado panameño, mostrando los productos en acción e implementando campañas pagadas para posicionar la marca en Panamá.

### ***Alianzas Estratégicas Internacionales:***

Establecer convenios con gimnasios y tiendas deportivas en Panamá, para ofrecer los productos directamente en puntos de venta y generar visibilidad local.

### ***Comercio Electrónico Transfronterizo:***

Vender a través de tiendas online propias y plataformas internacionales como Shopify, además de marketplaces panameños como Mercado Libre Panamá, asegurando una logística eficiente de entrega.

### ***Promociones y Programas de Fidelización Globales:***

Implementar descuentos especiales para clientes panameños, cupones digitales y programas de lealtad que premien la recompra, con posibilidad de envíos gratuitos en compras superiores a cierto valor.

### ***Participación en Eventos Internacionales:***

Promocionar la marca en ferias deportivas y eventos fitness realizados en Panamá, aprovechando estos espacios para ampliar la red de contactos comerciales.

## **7.0. Estudio Técnico**

### **7.1. Localización del Proyecto**

La localización de un proyecto empresarial es clave para su éxito. Elegir el lugar adecuado puede marcar la diferencia en términos de costos, productividad y competitividad. La ubicación óptima debe facilitar un buen desempeño del negocio, reduciendo costos de inversión y operativos, y ayudando a obtener una mayor rentabilidad. Además, una buena localización mejora la posición frente a la competencia y permite ofrecer precios más bajos sin sacrificar calidad.

Existen varios factores que influyen en esta decisión, como el entorno económico, las leyes locales, la disponibilidad de financiamiento, y la seguridad y salud en la zona. Estos factores, tanto globales como locales, deben ser evaluados cuidadosamente para elegir el lugar más conveniente para establecer la empresa y asegurar su crecimiento y éxito a largo plazo.

#### ***7.1.1. Macro Localización***

En este caso se elige la República de Panamá como mercado objetivo la cual se localiza geográficamente en las latitudes septentrionales bajas ( $7^{\circ} 12' 07''$  y  $9^{\circ} 38' 46''$  de latitud norte) y los  $77^{\circ} 09' 24''$  y  $83^{\circ} 03' 07''$  de longitud occidental. Se encuentra en la parte central del continente americano, en la parte más oriental y meridional de América Central; es el país más estrecho y alargado del istmo centroamericano. Está dispuesto en sentido oeste – este y limita al norte con el Mar Caribe, al sur con el Océano Pacífico, al este con Colombia y al oeste con Costa Rica

### *Localización De Panamá*



Colombia se encuentra en la región norte de América del Sur, limitando al norte con el Mar Caribe, al este con Venezuela y Brasil, al sur con Perú y Ecuador, y al oeste con Panamá y el Océano Pacífico. Esta ubicación le permite tener acceso a dos océanos, lo que favorece su comercio y conectividad internacional.

- **Latitud y Longitud:** Colombia se extiende desde aproximadamente los 4° de latitud norte hasta los 12° de latitud norte, y desde los 66° de longitud oeste hasta los 79° de longitud oeste.
- **Extensión Territorial:** Con una superficie de más de 1,1 millones de kilómetros cuadrados, Colombia es el cuarto país más grande de América del Sur.



### 7.1.2. Micro Localización

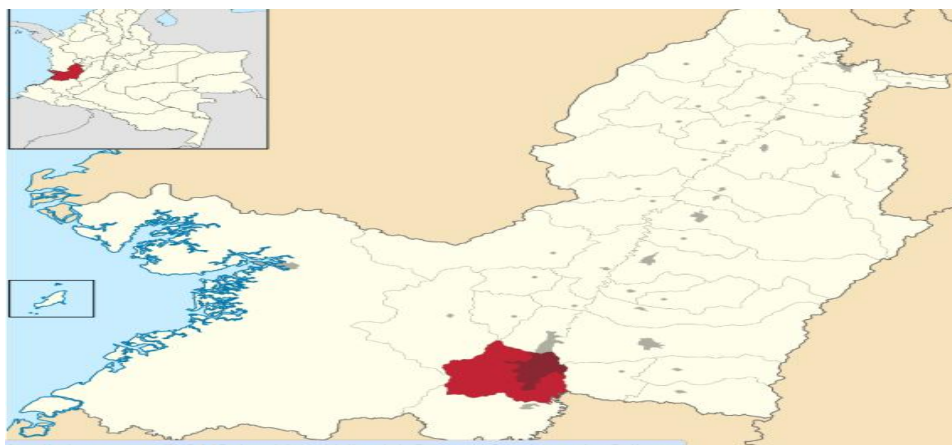
Colón es la capital de la provincia panameña de Colón, ubicada en la costa caribeña de Panamá. La población estimada para 2016 es de unas 84,229 personas en su conurbación, siendo la segunda concentración urbana más poblada del país después de la ciudad de Panamá, incluyendo el Distrito de San Miguelito. Está comunicada con la capital por medio de la Carretera Transístmica (autopista Panamá-Colón), que la une en 78,9 km con la costa del océano Pacífico. Es la segunda ciudad más poblada del Caribe de Centroamérica. Su casco urbano tiene unos 79 000 habitantes. Posee uno de los puertos más grandes de América Latina.

Colón está situada cerca de la entrada caribeña del Canal de Panamá. Es de importancia comercial para el país debido a la Zona Libre de Colón (la segunda más grande del mundo) y por la actividad en los diferentes puertos. Es la principal entrada al país por el Caribe. micro localización hace referencia a la ubicación exacta dentro de una ciudad donde operará el negocio.



Santiago de Cali, es un distrito de Colombia y capital del departamento de Valle del Cauca. [2] Es la tercera ciudad más poblada y el tercer centro económico de Colombia. Está ubicada 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, con una altitud promedio de 1000 msnm. 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.



## 7.2. Aspectos Técnicos del Producto.

### 7.2.1. Ficha Técnica del Producto

	<p style="text-align: center;"><b>FICHA TÉCNICA – LEGGINGS DEPORTIVOS</b></p> <p><b>Producto:</b> Leggings deportivos  <b>Marca:</b> [DELTASPORT ]  <b>Referencia:</b> [1234]  <b>Género:</b> Mujer  <b>Tallas:</b> XS, S, M, L, XL  <b>Colores:</b> Negro, gris, azul, estampado  <b>Materiales y Composición</b>  <b>Tela:</b> Poliéster 85% - Spandex 15%  <b>Tecnología:</b> Compresión, secado rápido, elástico 4D  <b>Peso:</b> 200 g/m<sup>2</sup></p>
---	---

	<p style="text-align: center;"><b>FICHA TÉCNICA – CAMISETA DEPORTIVA</b></p> <p><b>Producto:</b> Camiseta deportiva  <b>Marca:</b> [DELTASPORT]  <b>Referencia:</b> [5678]  <b>Género:</b> Unisex / Hombre / Mujer  <b>Tallas:</b> S, M, L, XL  <b>Colores:</b> Negro, azul, rojo, blanco  <b>Materiales y Composición</b>  <b>Tela:</b> Poliéster 90% - Elastano 10%  <b>Tecnología:</b> Secado rápido, antibacterial, transpirable  <b>Peso:</b> 150 g/m<sup>2</sup></p>
--	--

	<p style="text-align: center;"><b>FICHA TÉCNICA – SUDADERA DEPORTIVA</b></p> <p><b>Producto:</b> Sudadera deportiva  <b>Marca:</b> [DELTASPORT]  <b>Referencia:</b> [8765]  <b>Género:</b> Unisex  <b>Tallas:</b> S, M, L, XL  <b>Colores:</b> Negro, gris, azul  <b>Materiales y Composición</b>  <b>Tela:</b> Algodón 60% - Poliéster 40%  <b>Tecnología:</b> Aislante térmico, transpirable  <b>Peso:</b> 250 g/m<sup>2</sup></p>
---	--

	<b>FICHA TÉCNICA – SHORT DEPORTIVO</b>
	<p>Producto: Short deportivo          Marca: [DELTASPORT]          Referencia: [4321]          Género: Hombre / Mujer          Tallas: S, M, L, XL          Colores: Negro, azul, gris  <b>Materiales y Composición</b>          Tela: Poliéster 95% - Elastano 5%          Tecnología: Secado rápido, transpirable, elástico          Peso: 180 g/m<sup>2</sup></p>

### *7.2.2. Capacidad de Producción y Comercialización Por Unidad De Tiempo*

La empresa está en proceso de consolidación en el sector de la ropa deportiva, con el objetivo de ofrecer prendas de alta calidad que combinen tecnología, comodidad y diseño. Actualmente, se encuentra estructurando su capacidad de producción, definiendo procesos eficientes y adquiriendo la maquinaria necesaria para garantizar la confección de camisetas, leggings, sudaderas y otras prendas deportivas.

En esta etapa inicial, la empresa está estableciendo alianzas estratégicas con proveedores de materia prima, diseñadores y operarios especializados para optimizar su producción. Se proyecta una capacidad inicial de 250 unidades de camisas deportivas, 250 unidades de short deportivos, 100 unidades de leggings, 100 unidades de sudaderas deportivas para un total de **700 unidades al mes**, con la posibilidad de expandirse conforme crezca la demanda.

En cuanto a la comercialización, la empresa planea utilizar diversos canales de venta, incluyendo plataformas en línea, redes sociales y distribución a través de tiendas especializadas y gimnasios. A través de estrategias de marketing digital y alianzas comerciales, busca posicionarse en el mercado y construir una identidad de marca sólida.

A medida que avanza su proceso de constitución, la empresa continúa afinando sus estrategias de producción y venta con el propósito de consolidarse como una marca referente en el sector de la ropa deportiva.

### ***7.2.3. Unidad de Empaque y Etiquetado para la Exportación***



#### ***Calculo de Volúmen***

Medidas cajas de cartón: L600mm x A400mm x H300mm =720cm<sup>3</sup>

Medidas del contenedor: 800mm x 1200mm

28 cajas de cartón x 25 prendas = 700 unidades

Peso leggings: 0.8 kg x 100 und = 80 kg

Peso sudaderas: 1 kg x 100 und = 100 kg

Peso short: 1 kg x 250 und = 250 kg

Peso camisas deportivas: 0.8 kg x 250 und = 200 kg

Peso envase industrial: 9,30 kg x 1und = 9.30 kg

Peso caja: 5,25kg x 25 und = 131,25 kg

Peso bolsa plástica  $0.0002 \text{ kg} \times 700 = 0.14 \text{ kg}$

Peso estiba:  $25 \text{ kg} \times 1 \text{ und} = 25 \text{ kg}$

**Peso total = 795.69**

### **7.3. La Unidad Empresarial Exportadora**

#### ***7.3.1. Tipo de Sociedad***

Cuando DELTASPORT decidió emprender en el proyecto, una de las primeras decisiones clave fue elegir la estructura legal adecuada. Después de evaluar diversas opciones, se optó por constituir una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), una elección que le brindó flexibilidad, seguridad y facilidad en la gestión de su negocio.

#### ***7.3.2. Razón Social***

DELTASPORT S.A.S

#### ***7.3.3. Misión y Visión Empresarial***

##### ***Misión***

Trabajamos con pasión para ofrecer ropa deportiva que acompañe a las personas en su camino hacia una vida activa, saludable y auténtica. Diseñamos cada prenda con calidad, comodidad y tecnología, entendiendo las necesidades reales de nuestros clientes. Nos mueve brindar una experiencia cercana, accesible y confiable, donde cada persona se sienta valorada. Creemos en el poder del movimiento, y en crecer juntos, paso a paso.

## ***Visión***

Para el 2030, nos vemos como una marca deportiva referente por su cercanía, calidad y compromiso con el bienestar. Queremos inspirar estilos de vida activos a través de ropa cómoda, funcional y con propósito. Crecemos junto a nuestros clientes, escuchándolos y evolucionando con ellos. Apostamos por la tecnología como aliada para brindar un servicio ágil y cálido. Nuestro mayor logro será ser recordados no solo por lo que vendemos, sino por cómo hacemos sentir a quienes nos eligen.

### ***7.3.4. Principios y Valores***

Esta tienda deportiva, se guía por la integridad, la confianza y la excelencia.

Cada día se trabaja con pasión para ofrecer productos de alta calidad que realmente marcan la diferencia. Se cree en el poder del trabajo en equipo, en la mejora constante y en brindar una atención cercana y personalizada que supere las expectativas de quienes confían en esta tienda.

Delta Sport S.A.S. se inspira por innovar y escuchar a sus clientes para seguir desarrollando productos que se adapten a sus necesidades reales. Porque más que vender artículos deportivos, se busca construir relaciones duraderas y acompañar a cada persona en su camino hacia una vida más activa, saludable y llena de logros.

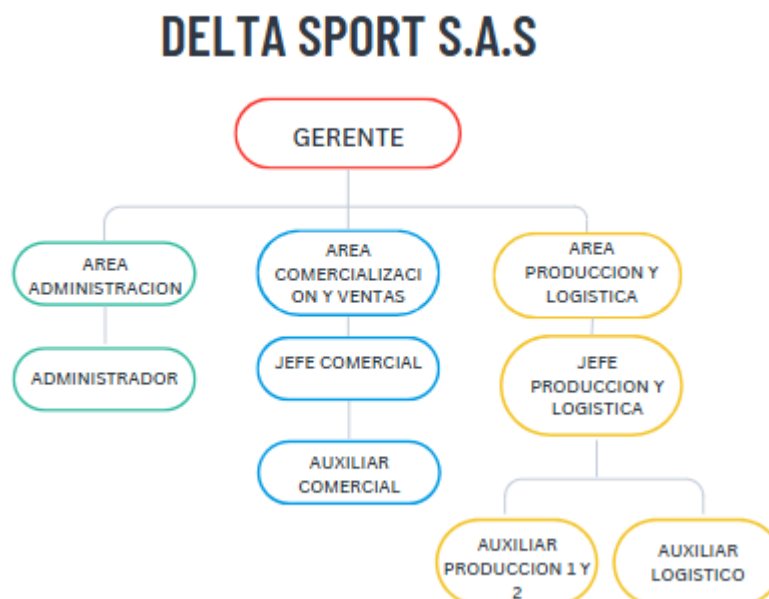
### ***7.3.5. Políticas De La Empresa***

La compañía enfoca en mejorar continuamente los procesos de comercialización, optimizando recursos humanos, tecnológicos y materiales. Buscamos la excelencia en cada operación, aumentando rentabilidad y competitividad. la prioridad es la satisfacción y confianza de los clientes, garantizando un servicio eficiente y de alta calidad.

1. la compañía se compromete a cumplir con todo lo que se ha acordado con los clientes, para que confíen en la empresa y se sientan satisfechos.
2. Siempre se trata a los clientes con justicia y amabilidad, ya sea en llamadas, solicitudes o reclamos, porque se cree que nuestro verdadero propósito es servir a la comunidad.
3. Todos integrantes de esta empresa actúan con ética y honestidad en cada acción que se realiza
4. Cuando un nuevo empleado se incorpora a la compañía, asiste a un curso de capacitación para poder brindar lo mejor desde el primer día.
6. Cuando se entrega un producto de contado, el pago se realiza en ese momento. Si es a crédito, se entregan una copia de la factura firmada por el cliente, para que todo quede claro y transparente.
8. Se dedica a atender las necesidades del mercado y a seguir sirviendo a los clientes actuales con dedicación.
9. Se trabaja con respeto y ética en todo momento, porque cree que son la base de una buena relación laboral y un buen servicio.

10. Se fomenta valores positivos en los empleados, porque se sabe que una buena relación laboral se construye con respeto, confianza y compromiso.
11. Clasificación y aprovechamiento de sobrantes textiles, fomentando la reutilización y el reciclaje, evitando la disposición inadecuada que afecte el suelo o los cuerpos hídricos.
12. Alineación con las regulaciones ambientales colombianas y panameñas, así como con estándares internacionales aplicables al comercio exterior de prendas de vestir.
13. Selección de proveedores logísticos que cuenten con flotas eficientes y políticas de reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> en las rutas de exportación.
14. Formación continua en prácticas sostenibles para todos los involucrados en la cadena logística, desde la producción hasta la entrega en destino.
15. Cumplimiento estricto de la normatividad laboral colombiana, garantizando ambientes de trabajo seguros en la confección, embalaje y transporte.
16. Promoción de la inclusión laboral sin discriminación de género, etnia o condición social en todas las fases del proceso exportador.
17. Implementación de programas de capacitación orientados al comercio exterior, logística internacional y sostenibilidad, fortaleciendo las competencias del equipo.
18. Participación en proyectos sociales que promuevan el desarrollo económico local en Cali, apoyando a pequeños talleres textiles y proveedores de insumos sostenibles.
19. Establecimiento de prácticas éticas en las relaciones con clientes, proveedores y agentes logísticos, asegurando procesos claros y justos.

### 7.3.6. Organigrama Empresarial



### 7.3.7. Las Necesidades del Personal

Las necesidades del personal en la empresa se dan cuando surge la voluntad por parte de la industria de adquirir el personal idóneo para cada cargo y en cada área que solicite la empresa, fundamentalmente se lleva a cabo un estricto procedimiento por el cual se identifica el personal realmente capacitado para poder asumir completamente con lo solicitado, la necesidad de personal se da desde el inicio de la empresa y está en constante cambio, ya que siempre se busca la mejora continua de los colaboradores. Por medio de la necesidad del personal se identifica lo que necesita la empresa, en el caso de DELTA SPORT conformado por un total de 7 vacantes, se presenta la necesidad del siguiente personal. fomenta valores positivos en los empleados porque se sabe que una buena relación laboral se construye con respeto, confianza y compromiso.

- Gerencia (1 gerente)

- Administrador (1 administrador)
- Comercial y ventas (jefe de comercial y ventas)
- Área producción y logística (1 jefe de producción y logística, 2 auxiliares de producción, 1 auxiliar logística)

### ***7.3.8. Perfiles y Funciones del Personal***

La empresa busca el perfil personal en el cual intervengan los siguientes factores: conocimientos generales, conocimientos técnicos, habilidades comunicativas, actitudes que ostentan y que cuadren con las que se piden para el puesto en cuestión.

#### ***Gerente General***

##### **Propósito del cargo:**

Dirigir y gestionar la empresa con enfoque estratégico, garantizando el cumplimiento de los objetivos organizacionales, la rentabilidad, la innovación y la sostenibilidad. Promover una cultura organizacional sólida basada en la ética, el desarrollo humano y la mejora continua.

##### **Funciones detalladas:**

- Planificación estratégica y dirección general
- Diseñar y aprobar el plan estratégico de la empresa, definiendo metas a corto, mediano y largo plazo.
- Establecer políticas corporativas y lineamientos que orienten todas las áreas de la organización.
- Supervisar la rentabilidad y la eficiencia operativa, aplicando medidas correctivas cuando sea necesario.
- Identificar oportunidades de crecimiento en mercados nacionales e internacionales.

- Fomentar un ambiente de trabajo saludable y productivo.
- Aprobar planes de capacitación y desarrollo de líderes dentro de la organización.
- Relaciones institucionales y representación
- Representar a la empresa ante organismos gubernamentales, clientes estratégicos y aliados comerciales.
- Participar en negociaciones de alto nivel que impacten el crecimiento del negocio.
- Control de indicadores y toma de decisiones
- Implementar planes de mejora continua para optimizar procesos internos.

**Perfil del Cargo:**

- **Formación académica:** Título profesional en Administración de Empresas, preferiblemente con posgrado en Gerencia, Finanzas o Dirección Estratégica.
- **Experiencia:** 8 años en cargos directivos o gerenciales, preferiblemente en empresas de comercio internacional o manufactura.

**Habilidades técnicas:**

- Conocimientos en planeación estratégica, análisis financiero, comercio internacional y legislación empresarial.
- Manejo avanzado de herramientas tecnológicas y plataformas de gestión empresarial.

**Habilidades blandas:**

- Liderazgo empático y orientado a resultados.
- Comunicación asertiva y negociación estratégica.
- Pensamiento crítico e innovación.

**Rango salarial estimado:** \$3'000.000 mensuales

**Tipo de contrato:** Indefinido

**Horario:** Tiempo completo, disponibilidad para viajes nacionales e internacionales.

### *Administración*

**Propósito del cargo:**

Garantizar la correcta ejecución de los procesos administrativos, contables y financieros de la organización, asegurando el cumplimiento normativo, la optimización de recursos y el soporte necesario para la operación interna, contribuyendo al logro de los objetivos estratégicos.

**Funciones clave:**

- Elaborar, revisar y registrar la contabilidad de la empresa conforme a la normatividad vigente.
- Preparar informes financieros mensuales, trimestrales y anuales.
- Gestionar el flujo de caja y proyecciones financieras para la toma de decisiones estratégicas.
- Elaborar y dar seguimiento al presupuesto anual de la compañía.
- Monitorear la ejecución presupuestaria y proponer ajustes cuando sea necesario.
- Implementar controles internos para garantizar el uso adecuado de los recursos.
- Coordinar procesos de reclutamiento, selección y contratación de personal.
- Administrar el pago de nómina, seguridad social y prestaciones legales.
- Custodiar y actualizar la documentación legal y contractual de la empresa.
- Garantizar el cumplimiento de obligaciones fiscales, laborales y comerciales.
- Coordinar auditorías internas y externas.

**Perfil ideal:**

- **Título:** Profesional en Contaduría Pública, Administración de Empresas, Finanzas o carreras afines.
- **Experiencia:** Mínimo 3 años en cargos administrativos, contables o financieros.

**Conocimientos específicos:**

- Legislación tributaria y laboral vigente.
- Manejo de software contable y herramientas ofimáticas.

**Habilidades blandas:** Orden, confidencialidad, trabajo en equipo.

**Rango salarial estimado:** \$2'00.000 mensuales.

**Tipo de contrato:** Indefinido

**Horario:** Tiempo completo, modalidad presencial o híbrida según políticas de la empresa.

**Área Comercial y Ventas*****Jefe Comercial*****Propósito del cargo:**

Dirigir y ejecutar las estrategias comerciales a nivel nacional e internacional, asegurando el cumplimiento de los objetivos de ventas, fortaleciendo la relación con los clientes y posicionando la empresa en mercados competitivos mediante una gestión ética, innovadora y orientada a resultados.

**Funciones:**

- Atender y dar seguimiento oportuno a clientes actuales, asegurando su satisfacción y fidelización.

- Prospeccionar y captar nuevos clientes en mercados estratégicos a nivel global.
- Desarrollo y ejecución de estrategias comerciales
- Diseñar planes de ventas alineados con los objetivos corporativos.
- Implementar estrategias de penetración en mercados internacionales, utilizando herramientas digitales y alianzas estratégicas.
- Negociación y cierre de ventas
- Elaborar propuestas comerciales competitivas, asegurando márgenes de rentabilidad.
- Conducir negociaciones con altos estándares éticos y asegurar cierres exitosos.
- Análisis y proyección del mercado
- Monitorear tendencias del sector, precios y comportamiento del consumidor en diferentes países.
- Generar reportes de inteligencia de mercado que apoyen la toma de decisiones.
- Mantener comunicación fluida con logística, marketing y administración para garantizar la correcta ejecución de pedidos y campañas.
- Alinear las acciones del área comercial con las demás áreas estratégicas.
- Gestión de indicadores y métricas comerciales
- Presentar informes semanales y mensuales a la gerencia sobre el desempeño del área.
- Promoción y posicionamiento de marca
- Participar en ferias, exposiciones y ruedas de negocios internacionales.
- Colaborar con el área de marketing en la generación de campañas digitales y físicas orientadas al mercado global.

- Supervisar y motivar a los ejecutivos de ventas, asegurando su capacitación constante.

**Perfil ideal:**

- **Título:** Profesional en Mercadeo, Administración de Empresas, Negocios Internacionales o afines.
- **Experiencia:** Mínimo 5 años en áreas comerciales, ventas B2B y atención a clientes internacionales.

**Conocimientos técnicos:**

- Estrategias de comercio internacional y negociación.
- Manejo de CRM y herramientas digitales de ventas.
- Inglés (nivel intermedio-avanzado).

**Habilidades blandas:**

- Comunicación asertiva y persuasiva.
- Orientación a resultados y resiliencia.
- Liderazgo colaborativo y pensamiento estratégico.

**Rango salarial estimado:** \$2'800.000 mensuales

**Tipo de contrato:** Indefinido

**Horario:** Tiempo completo.

**Disponibilidad para viajes internacionales:** Sí.

**Auxiliar Comercial****Propósito del cargo:**

Brindar soporte operativo y administrativo al área comercial, garantizando el adecuado flujo de información, la correcta gestión de pedidos, cotizaciones, documentación y seguimiento postventa, contribuyendo al cumplimiento de las metas comerciales y la satisfacción del cliente.

**Funciones clave:**

- Responder consultas por correo, teléfono y plataformas digitales.
- Proporcionar información actualizada sobre productos, precios y tiempos de entrega.
- Preparar propuestas de acuerdo con políticas comerciales y márgenes establecidos.
- Asegurar la correcta aplicación de descuentos y condiciones pactadas.
- Coordinar con logística y producción para el cumplimiento de fechas de entrega.
- Confirmar con el cliente la recepción de pedidos y estado de entrega.
- Generar reportes de ventas semanales y mensuales para la jefatura comercial.
- Apoyar en el análisis de indicadores de ventas, clientes activos e inactivos.
- Actualizar información de clientes y productos en el sistema.
- Registrar cotizaciones y pedidos para control histórico.
- Preparación de documentos comerciales:
- Elaborar contratos, órdenes de compra y documentación relacionada con ventas.
- Verificar que la documentación cumpla con normas internas y externas.
- Apoyo en campañas comerciales y marketing:
- Coordinar envío de material promocional a clientes.
- Participar en la organización de ferias, eventos o capacitaciones comerciales.

**Perfil ideal:**

- **Título:** Tecnólogo o profesional en Negocios Internacionales, Administración o áreas afines.
- **Experiencia:** 3 años en funciones comerciales, atención al cliente y manejo de documentación.
- **Habilidades técnicas:** Manejo intermedio/avanzado de Excel, CRM, herramientas ofimáticas.

**Habilidades blandas:**

- Comunicación asertiva y cordial.
- Orientación al cliente y servicio.
- Organización, atención al detalle.
- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Proactividad y trabajo en equipo.

**Rango salarial estimado:** \$2'100.000 mensuales

**Tipo de contrato:** Indefinido

**Horario:** Lunes a viernes, 8:00 a.m. – 6:00 p.m.

**Lugar de trabajo:** Sede principal, con posibilidad de trabajo híbrido según desempeño.

## Área Producción y Logística

### *Jefe Logística y Producción*

**Propósito del cargo:**

Garantizar la fabricación de productos con los más altos estándares de calidad, cumpliendo los tiempos establecidos y asegurando una distribución eficiente, mediante una gestión integral de producción y logística que promueva la mejora continua, la seguridad y la sostenibilidad.

**Funciones clave:**

- Supervisar todo el proceso productivo, asegurando calidad, cumplimiento de tiempos y normativas de seguridad.
- Gestionar inventarios y abastecimiento de insumos, evitando quiebres de stock y optimizando costos.
- Planificar y coordinar envíos, rutas logísticas y distribución para garantizar entregas oportunas y eficientes.
- Implementar estrategias de mejora continua orientadas a la eficiencia, reducción de desperdicios y aumento de productividad.
- Monitorear indicadores clave (KPI) de producción y logística para la toma de decisiones basada en datos.
- Gestionar relaciones con proveedores de materias primas y servicios logísticos bajo criterios de eficiencia y sostenibilidad.
- Liderar, capacitar y motivar al equipo operativo, fomentando un ambiente seguro y colaborativo.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Velar por el cumplimiento de normativas legales, sanitarias, laborales y medioambientales.</li> <li>• Identificar riesgos en la cadena de suministro y desarrollar planes de contingencia efectivos.</li> </ul>
<p><b>Perfil ideal:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Título:</b> Ingeniería Industrial, Logística o afines.</li> <li>• <b>Experiencia:</b> Mínimo 4 años en cargos relacionados con producción y logística.</li> <li>• <b>Habilidades blandas:</b> Liderazgo operativo, organización, toma de decisiones, resolución de problemas.</li> </ul>
<p><b>Rango salarial estimado</b> \$2'600.000 mensuales.</p> <p><b>Tipo de contrato:</b> Indefinido</p>

### *Auxiliar Producción 1 y 2*

<p><b>Propósito del cargo:</b></p> <p>Brindar soporte operativo en la línea de producción, asegurando que los procesos se ejecuten de forma ordenada, segura y eficiente, cumpliendo con las políticas de calidad, tiempos de entrega y normas de seguridad industrial. El auxiliar debe garantizar la correcta manipulación de materias primas y productos terminados, contribuyendo al cumplimiento de los indicadores de productividad.</p>
<p><b>Funciones clave:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejecutar actividades de etiquetado, empaque y ensamblaje de productos terminados siguiendo las instrucciones establecidas.</li> </ul>

- Verificar el estado de los productos antes del etiquetado, detectando anomalías visibles.
- Realizar controles visuales básicos de calidad, informando de inmediato a su superior en caso de defectos.
- Cargar y descargar materiales e insumos requeridos en la línea de producción.
- Organizar y clasificar productos terminados para su traslado a bodega o área de despacho.
- Mantener la limpieza y el orden en el área de trabajo, aplicando las normas de seguridad industrial.
- Reportar condiciones inseguras o fallas en equipos y maquinaria.
- Asistir a los operarios y supervisores en procesos específicos cuando sea requerido.
- Participar en capacitaciones sobre mejoras de procesos y normas de calidad.

**Perfil ideal:**

- **Título:** Educación básica o secundaria completa.
- **Experiencia:** No indispensable, se valora experiencia en producción.
- **Habilidades blandas:** Agilidad, actitud positiva, atención al detalle, trabajo en equipo.

**Rango salarial estimado:** \$ 1'500.000 mensuales.

**Tipo de contrato:** Indefinido

### *Auxiliar De Logística 1*

**Propósito del cargo:**

Apoyar de manera eficiente, organizada y segura el proceso logístico de la empresa, contribuyendo al correcto almacenamiento, preparación, despacho y distribución de productos. Su labor es fundamental para garantizar que los pedidos lleguen al cliente correcto, en el tiempo estipulado, en condiciones óptimas y cumpliendo con las políticas de calidad y servicio de la empresa.

**Funciones clave:**

- Revisar las cantidades y condiciones físicas de la mercancía que ingresa, comparándolas con la orden de compra y remisión.
- Reportar de inmediato cualquier novedad (faltantes, sobrantes, daños) al Jefe de Logística.
- Ubicar los productos en las áreas asignadas siguiendo el sistema de codificación y rotación (PEPS: Primero en Entrar, Primero en Salir).
- Mantener el orden y la limpieza en la bodega según normas de seguridad industrial.
- Seleccionar los productos solicitados de acuerdo con las órdenes de despacho.
- Verificar que el pedido esté completo, sin errores ni daños.
- Embalar adecuadamente utilizando los materiales establecidos para proteger la mercancía durante el transporte.
- Colaborar en la carga de productos a los camiones, asegurando que se distribuyan de manera segura y estable.

- Descargar mercancía entrante siguiendo las normas ergonómicas para evitar accidentes laborales.
- Entregar documentación correspondiente al transportista (guías, remisiones, facturas).
- Informar cualquier novedad sobre retrasos o inconvenientes detectados en la ruta.
- Apoyar en los conteos físicos periódicos y reportar diferencias al área de logística.
- Acatar protocolos de bioseguridad, manejo de carga y prevención de riesgos.

**Perfil ideal:**

- **Título:** Técnico en logística, gestión de inventarios o afines.
- **Experiencia:** Mínimo 2 años en labores de bodega, despacho o logística.

**Habilidades blandas:**

- Organización y atención al detalle
- Responsabilidad y honestidad.
- Trabajo en equipo y buena comunicación.
- Adaptabilidad ante cambios en el flujo operativo.

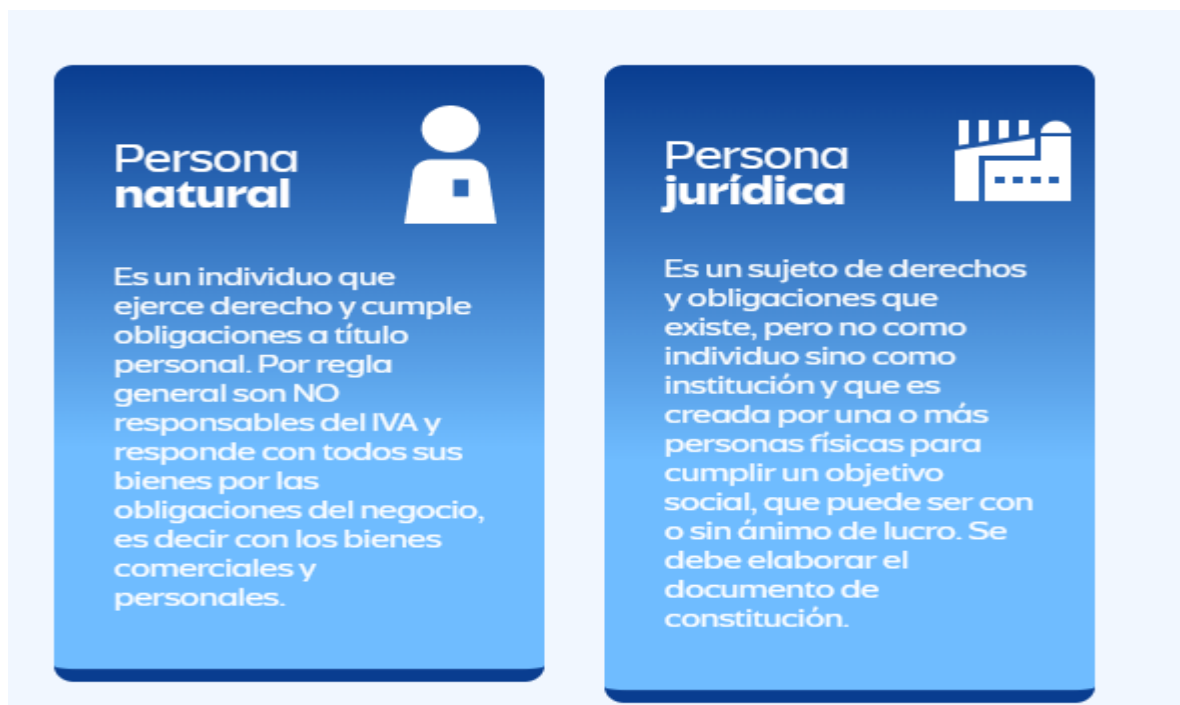
**Rango salarial estimado:** \$1'700.000 mensuales.

**Tipo de contrato:** Indefinido

## 8. Aspectos Legales

Paso a paso para legalizar una empresa en cámara de comercio

### 0. Definir el tipo de la empresa



### 1. Definir la actividad económica., código CIU

Es una combinación numérica que rige a nivel internacional y permite diferenciar las actividades económicas de las empresas. CIU proviene de la sigla “Clasificación Industrial Internacional Uniforme”.

Algunas entidades, como la DIAN o las cámaras de comercio solicitan este código al momento de diligenciar formularios de registro, razón por la que es fundamental seleccionarlo adecuada y cuidadosamente.

## 2. Verifica la homonimia

Verifica que la página de cámara y comercio que el nombre de tu empresa no este registrado por otra. Esto se hace mediante la consulta de nombre o razón social.

### Verifica la homonimia


Confirma que el nombre de tu empresa y de tu establecimiento de comercio puedan ser usados.

Ingresa a [www.ccc.org.co](http://www.ccc.org.co) y en el módulo **servicios virtuales** haz clic en "Consulta de Homonimia" para saber si el nombre que tienes pensado para tu futuro negocio ya existe o si está disponible para ser usado.

[Ver más](#)

## 3. Requisitos a tener en cuenta al inicio de la actividad económica.

Consulta las normas referentes al uso del suelo, destinación o finalidad para la que fue construida la edificación y su ubicación en cada Municipio antes de alquilar, comprar o usar el predio como establecimiento de comercio. Se vincula con el POT(Plan de ordenamiento territorial)/ de cada uno de los municipios y territorios.



[Ver más ▾](#)

## Regístrate en la Cámara de Comercio presentando los siguientes documentos

¿Eres persona natural?



¿Eres persona jurídica?



Para la comercialización de equipos terminales móviles, tramita la autorización.

[Ingresa aquí para tramitar](#)

#### 4. Requisitos que se deben cumplir durante la ejecución de la actividad económica.



Normas referentes a los niveles de intensidad auditiva.



Horarios establecidos para la actividad económica desarrollada.

Se debe estar atento a cambios normativos locales y departamentales en las páginas web de las Alcaldías según el municipio en el que se encuentre la empresa.

Solicita la visita de la Secretaría de Salud Municipal o Departamental



Para acreditar el cumplimiento de las normas sanitarias y condiciones de salubridad para establecimientos comerciales, industriales o de servicios abiertos o no al público, debes solicitar la visita de la secretaria correspondiente a la actividad a desarrollar.

Dependencia de la Alcaldía ▼

Dependencia de la Gobernación ▼

## Solicita el Registro Sanitario ante el INVIMA



En caso de procesamiento o fabricación de alimentos, medicamentos, dispositivos médicos o cosméticos, entre otros.

[Ver más](#)

Para aquellos establecimientos de comercio donde se ejecute.



Cualquier obra protegida por derechos de autor, ya sean:

- Fonográficos
- Audiovisuales
- Reprográficos

Deben acreditar la certificación mediante comprobante de pago al día, recuerda que si no se hace uso de las dos primeras actividades, se debe solicitar el certificado de no uso.



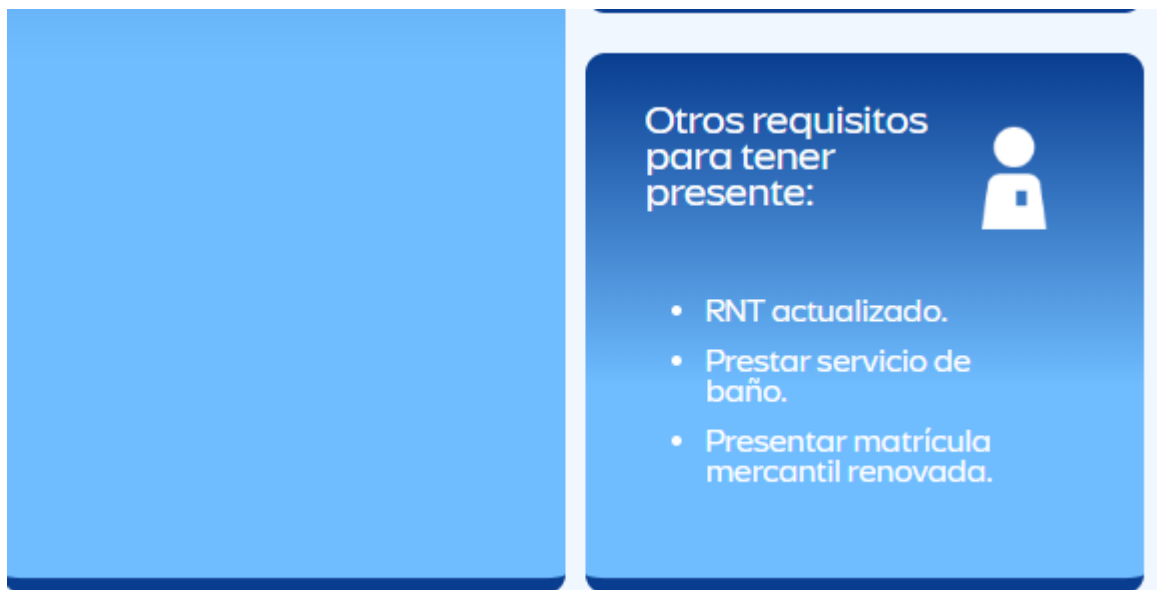
No desarrollar una actividad diferente a la indicada en el respectivo.



Certificado de seguridad



Es expedido por el respectivo departamento de bomberos, busca que el establecimiento de comercio cumpla con las normas de seguridad.



#### **5. Si eres responsable IVA**

Deberás pasar el procedimiento de habilitación del software de facturación electrónica y después tramitar la resolución de facturación.

#### **6. Después de registrarse en cámara de comercio**

Los comerciantes del municipio de Cali, quedarán automáticamente inscritos en el RIT de la Alcaldía (Registro de Identificación Tributaria), después del registro en Cámara.

Para los otros municipios de nuestra jurisdicción (Jamundí, Yumbo, Vijes, La Cumbre y Dagua), los empresarios deben inscribirse ante el ICA, teniendo en cuenta los parámetros de la legislación municipal, después de su registro en Cámara de Comercio.

## **9. El Plan Exportador**

### **9.1. Régimen De Exportación**

La Exportación Definitiva es el régimen aduanero que permite la salida permanente de mercancías sin pago de IVA ni aranceles, como lo menciona el Decreto 1165 de 2019 (y sus modificaciones) y las resoluciones de la DIAN. A través de la presentación de la Declaración Andina de Exportación (DAE) y documentos como factura comercial, lista de empaque, certificado de origen y conocimiento de embarque.

Este proceso involucra a cuatro actores clave—exportador, agente de aduanas, transportista internacional o Agente de Carga Internacional y autoridades portuarias, aeroportuarias y ofrece beneficios como la devolución de IVA, el drawback y acceso a incentivos de zonas francas o tratados de libre comercio. Además, garantiza el cumplimiento regulatorio, minimiza riesgos de demoras y sanciones, y fortalece la competitividad de los productos colombianos en mercados internacionales.

### **9.2. Trámites del Proceso Exportador**



En un contexto de globalización creciente, una pyme textil de Santiago de Cali que aspire a exportar ropa deportiva hacia Colón debe iniciar con un análisis de mercado profundo para identificar la demanda, la competencia y los canales de distribución, definiendo su propuesta de valor y el INCOTERM más apropiado (por ejemplo, CIF Colón como es el caso de este proyecto). Paralelamente, debe constituirse y habilitarse ante la DIAN: actualizar su RUT, obtener la habilitación en VUCE. En esta fase, se elaboran los documentos comerciales y contractuales proforma invoice, contrato de compraventa internacional y se gestionan permisos y

certificaciones, como el certificado de origen bajo los TLC vigentes, además de cualquier registro sanitario o de calidad requerido para fibras o insumos especiales.

Con la documentación completa factura comercial, lista de empaque, certificados y demás vistos buenos, el agente de aduanas presenta la Declaración Andina de Exportación (DAE) en la VUCE, levantando oportunamente las posibles observaciones de la DIAN y coordinando la inspección física o documental para obtener el sello de salida. A continuación, se contrata el transporte internacional y el seguro que cubra riesgos hasta el puerto de Colón, donde el importador o su agente local realiza el desaduanamiento y paga los impuestos de importación.

### **9.2.1. Posición Arancelaria**

Para este producto la nomenclatura es 6112.39.00.00 - “Prendas de deporte (por ejemplo, chándales, sudaderas, pantalones cortos) de punto, de otras materias textiles (no algodón, no fibras sintéticas).” Esta subpartida recoge todo tipo de conjuntos y piezas deportivas de punto elaborados con fibras vegetales diferentes al algodón, como el lino.

Sección	XI	Materias textiles y sus manufacturas			
Capítulo	61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto			
Partida	6112	Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte (chándales), monos (overoles) y conjuntos de esquí y bañadores, de punto.			
	6112.30	- Bañadores para hombres o niños:			
	6112.39	- - De las demás materias textiles			
Código	Comp	Supl	Designación de mercancías	Perfil	Notas
6112.39.00.00			- - De las demás materias textiles		

### **9.2.2. Permisos Previos y/o Vistos Buenos**

Para la exportación de ropa deportiva de lino desde Colombia a Panamá no se requieren permisos previos sectoriales especiales (como licencias sanitarias o fitosanitarias), pero sí se deben gestionarse lo siguientes vistos buenos y habilitaciones:

Inscripción y actualización del Registro Único Tributario (RUT) ante la DIAN con actividad “exportador”.

Obtención de la habilitación como exportador en el portal VUCE (Ventana Única de Comercio Exterior), sin necesidad de solicitar licencias de exportación específicas para textiles.

Emisión del Certificado de Origen, para acogerse a aranceles preferenciales en Panamá.

Etiquetado conforme a la normativa de la Superintendencia de Industria y Comercio (Resolución 111 de 1999 y demás disposiciones), indicando fibra principal (lino), talla, instrucciones de cuidado y país de origen.

#### **Otros documentos y vistos buenos**

Factura comercial, lista de empaque y documentos de transporte (BL/AWB) presentados junto con la DAE.

No aplica permiso de INVIMA ni de ICA, dado que se trata de un producto textil sin componentes químicos regulados ni insumos agrícolas.

Con estos trámites y vistos buenos la empresa cumple con los requisitos formales para exportar sus prendas de lino a Colón, Panamá, aprovechando los beneficios arancelarios y asegurando la trazabilidad y la conformidad regulatoria de la operación.

### ***9.2.3. Términos de Negociación***

Se seleccionó el Incoterm CIF (Cost, Insurance and Freight) porque equilibra la responsabilidad entre el exportador y el importador, facilitando la operación para ambos. Bajo CIF, el vendedor asume el costo del flete y del seguro hasta el puerto de destino en este caso Colón Panama, lo que otorga al comprador la seguridad de que la mercancía estará protegida ante pérdida o daño durante el transporte internacional marítimo.

### ***9.2.4. Agente de Carga y/o Tipo de Transporte***

El transporte marítimo se eligió por ofrecer tarifas de flete mucho más económicas por tonelada, lo que permite a la pyme textil caleña mantener precios competitivos bajo el Incoterm CIF. Además, la conectividad y frecuencia de servicios al puerto de Colón garantizan tiempos de tránsito predecibles y una gestión más eficiente y segura de la mercancía.

El Agente de Carga Internacional, con el que se contrataran los servicios de Flete Internacional coordinación del embarque es Translogistic Latin America, una empresa con buena trayectoria en el manejo de cargas marítimas.

### ***9.2.5. Medio de Pago***

Se utilizará una carta de crédito documentaria irrevocable y confirmada como medio de pago para la exportación de ropa deportiva de Cali a Colón. Bajo este esquema, el importador abre ante su banco la carta que garantiza al exportador el pago siempre que cumpla con la presentación de los documentos soporte de la operación (factura comercial, BL, certificado de origen, lista de empaque). La irrevocabilidad evita modificaciones unilaterales y la confirmación por un banco colombiano de buena reputación añade otra garantía de pago. Así pues, el exportador tiene la certeza de que va a recibir el pago si cumple con los términos documentales,

mientras el importador sólo desembolsa una vez que se han verificado físicamente los documentos que acreditan el embarque.

### **9.2.6. El Contrato de Exportación**



#### **CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL**

Entre los suscritos a saber:

**Vendedor:** DELTASPORT S.A.S, Calle 5 No. 23-45, Barrio Granada, Cali, Colombia, legalmente representada por Hector Luis Torres, identificado con CC. No. 1.106.205.563, quien en adelante se denominará “EL VENDEDOR”.

**Comprador:** FITNESS PANAMA S.A., con domicilio en Avenida Balboa, Edificio Bay Mall, Piso 8, Ciudad de Panamá, República de Panamá, legalmente representado por Carlos Alberto Rodríguez, identificado con RUC No. 8-760-12345, quien en adelante se denominará “EL COMPRADOR”.

Se acuerda celebrar el presente Contrato de Compraventa Internacional, que se regirá por las siguientes cláusulas:

#### **1. Objeto**

1.1. El VENDEDOR se obliga a vender y entregar, y el COMPRADOR a comprar y recibir, los bienes descritos en el Anexo 1 (“Bienes”).

#### **2. Descripción de los Bienes**

2.1. Especificaciones técnicas, cantidades, calidad, tallas, embalaje y envases. Ver Anexo 1.

#### **3. Precio y Moneda**

3.1. Precio unitario y precio total. (POR DEFINIR)

3.2. Moneda de pago: USD (Dólar estadounidense)

3.3. Ajustes de precio, variación de costos o cambios arancelarios. (Sujeto a incrementos)

#### **4. Condiciones de Entrega (CIF)**

4.1. Incoterm CIF, versión 2020.

4.2. Lugar de entrega exacto: Puerto de Manzanillo, Panamá. PAMIT.

4.3. Fecha o plazo de entrega: 10 días después de la efectividad en el zarpe



5. **Documentación Requerida:** Factura comercial, Lista de empaque, Conocimiento de embarque BL, Certificado de origen, Póliza de seguro. Otros: certificados de calidad e inspección.

6. **Medio de Pago**

6.1. Carta de crédito documentaria irrevocable y confirmada.

6.2. Plazo y condiciones de presentación de documentos al banco:

6.2.1. EL VENDEDOR deberá presentar al banco emisor, dentro de los dos (2) días calendario siguientes a la fecha de embarque indicada en el conocimiento de embarque, el juego completo de documentos requeridos por la carta de crédito (tres (3) originales y tres (3) copias).

6.2.2. Los documentos deberán cumplir estrictamente con los términos y condiciones establecidos en la carta de crédito, incluyendo legibilidad, autenticidad de sellos y firmas, y coincidencia de datos con la factura comercial y el conocimiento de embarque.

6.3. Penalizaciones por retrasos:

6.3.1. Por cada semana calendario de retraso en la presentación de documentos después del plazo establecido en la cláusula 6.2, EL VENDEDOR incurrirá en una penalización equivalente al 0.5% del valor total de la factura comercial, aplicada de forma acumulativa hasta un máximo del 5% del valor contractual.

6.3.2. Si la presentación de documentos excede cuatro (4) semanas de demora, EL COMPRADOR estará facultado para rechazar los documentos, considerar incumplido el contrato y exigir la devolución de cualquier pago anticipado, además de reclamar daños y perjuicios adicionales.

7. **Seguro**

7.1. Cobertura: [All Risks, Full Covert - Door to Port]

7.2. Compañía aseguradora: JAH Insurance

8. **Inspección de los Bienes**

8.1. Derecho de inspección previa al embarque.

8.2. Lugar y entidad inspeccionadora: Puerto de Buenaventura, entidad POLFA.



## 9. Transferencia de Riesgos y Propiedad

9.1. Momento de transferencia de riesgos (según Incoterm CIF).

9.2. Momento de transferencia de propiedad: Una vez sea recibido la totalidad del pago por el valor de la factura comercial.

## 10. Garantías

10.1. Garantía por defectos de fabricación: EL VENDEDOR garantiza que los bienes estarán exentos de defectos de fabricación y materiales durante un periodo de dos (2) meses contados a partir de la fecha de embarque. Cualquier reclamo debe notificarse por escrito dentro de los diez (10) días siguientes al descubrimiento del defecto, acompañando evidencia fotográfica y descripción técnica. EL VENDEDOR, a su elección, reparará, reemplazará o reembolsará el valor de los bienes defectuosos sin costo adicional para EL COMPRADOR.

## 11. Confidencialidad

11.1. Información confidencial y alcance: Ambas partes acuerdan considerar como confidencial toda información técnica, comercial, financiera o estratégica intercambiada en el marco de este contrato, incluyendo diseños, precios, fórmulas de producto y estrategias de marketing.

11.2. Duración de la obligación: La obligación de confidencialidad permanecerá vigente durante la vigencia del contrato y por un periodo adicional de tres (3) años contados a partir de su terminación o expiración.

## 12. Resolución de Controversias

12.1. Ley aplicable: Derecho Internacional Comercial, con sujeción subsidiaria al Derecho Colombiano.

12.2. Mecanismo: Las diferencias se resolverán mediante arbitraje administrado por la Cámara de Comercio Internacional (ICC) de París, de conformidad con su Reglamento de Arbitraje.

12.3. Sede: La sede del arbitraje será Ciudad de Panamá, República de Panamá.

## 13. Duración y Terminación



13.1. Vigencia del contrato: Este contrato tendrá una vigencia de un (1) año contado a partir de la fecha de firma, renovable automáticamente por periodos iguales, salvo notificación escrita de no renovación con al menos noventa (90) días de anticipación.

13.2. Causales de terminación anticipada: Incumplimiento grave de cualquiera de las obligaciones contractuales, insolvencia o declaratoria de quiebra, o imposibilidad de ejecución por fuerza mayor por más de sesenta (60) días.

#### 14. Anexos

- Anexo 1: Descripción detallada de los Bienes.

##### Ficha Técnica

	<p><b>FICHA TÉCNICA – LEGGINGS DEPORTIVOS</b></p> <p><b>Producto:</b> Leggings deportivos  <b>Marca:</b> [DELTASPORT]  <b>Referencia:</b> [1234]  <b>Género:</b> Mujer  <b>Tallas:</b> XS, S, M, L, XL  <b>Colores:</b> Negro, gris, azul, estampado  <b>Materiales y Composición</b>  <b>Tela:</b> Poliéster 85% - Spandex 15%  <b>Tecnología:</b> Compresión, secado rápido, elástico 4  <b>Peso:</b> 200 g/m<sup>2</sup></p>
--	---

	<p><b>FICHA TÉCNICA – CAMISETA DEPORTIVA</b></p> <p><b>Producto:</b> Camiseta deportiva  <b>Marca:</b> [DELTASPORT]  <b>Referencia:</b> [5678]  <b>Género:</b> Unisex / Hombre / Mujer  <b>Tallas:</b> S, M, L, XL  <b>Colores:</b> Negro, azul, rojo, blanco  <b>Materiales y Composición</b>  <b>Tela:</b> Poliéster 90% - Elastano 10%  <b>Tecnología:</b> Secado rápido, antibacterial, transpirable  <b>Peso:</b> 150 g/m<sup>2</sup></p>
--	--



	<p align="center"><b>FICHA TÉCNICA – SUDADERA DEPORTIVA</b></p> <p>Producto: Sudadera deportiva          Marca: [DELTASPORT]          Referencia: [8765]          Género: Unisex          Tallas: S, M, L, XL          Colores: Negro, gris, azul  <b>Materiales y Composición</b>          Tela: Algodón 60% - Poliéster 40%          Tecnología: Aislante térmico, transpirable          Peso: 250 g/m<sup>2</sup></p>
---	--

	<p align="center"><b>FICHA TÉCNICA – SHORT DEPORTIVO</b></p> <p>Producto: Short deportivo          Marca: [DELTASPORT]          Referencia: [4321]          Género: Hombre / Mujer          Tallas: S, M, L, XL          Colores: Negro, azul, gris  <b>Materiales y Composición</b>          Tela: Poliéster 95% - Elastano 5%          Tecnología: Secado rápido, transpirable, elástico          Peso: 180 g/m<sup>2</sup></p>
--	---

En constancia de aceptación, las partes firman en dos ejemplares de igual tenor, en la ciudad de Cali, Colombia a los cinco (5) días del mes de Mayo de 2025



**EL VENDEDOR**

DELTASPORT S.A.S  
 NIT. 805.460.222-3  
 Calle 5 No. 23-45  
 Barrio Granada, Cali, Colombia



**EL COMPRADOR**

RUC No. 8-760-12345  
 Av. Balboa, Edif. Bay Mall, p18  
 Ciudad de Panamá, Panamá

### **9.3. El Proceso General de una Exportación**

El proceso general de una exportación implica una serie de etapas que permiten enviar legalmente productos desde un país de origen a un mercado internacional. Todo comienza con el análisis de mercado, donde el exportador identifica oportunidades comerciales en el exterior. En el contexto del proyecto, se detecta una demanda creciente de ropa deportiva en Colón, Panamá, lo que motiva a la empresa caleña DELTASPORT S.A.S a desarrollar una estrategia de entrada. Una vez definida la viabilidad, se realiza la negociación comercial con el comprador extranjero, donde se acuerdan condiciones como precios, cantidades, Incoterm (en este caso, CIF), y medio de pago como carta de crédito. Esto se formaliza mediante un contrato de compraventa internacional.

Posteriormente, se pasa a la etapa logística y documental, que incluye la preparación del producto ropa deportiva de lino, el empaque, el etiquetado conforme a los requisitos del país de destino, la gestión del transporte en este caso, marítimo, y la contratación del seguro. También se deben tramitar los documentos de exportación como la factura comercial, lista de empaque, documento de transporte BL, declaración de exportación ante la DIAN, y certificados si son requeridos. Finalmente, se realiza el embarque, se presentan los documentos al banco si aplica un medio de pago documentario, y se hace el seguimiento posventa. Todo este proceso está diseñado para cumplir con la legislación colombiana y facilitar el ingreso del producto al mercado panameño, fomentando así el crecimiento del comercio exterior desde Santiago de Cali.

### 9.3.1. Documentación para el Proceso de Exportación

#### Documentos comerciales

- **Factura comercial:** Una factura comercial (Commercial Invoice) es un documento esencial en el comercio internacional que sirve como prueba de una transacción comercial y como declaración aduanera. Es el equivalente a una factura normal en el comercio local, pero con información adicional específica para el comercio internacional.

**Commercial Invoice**  
Factura comercial

Date of invoice Fecha de facturación Invoice number (complete name and address) Número de factura				Invoice date Fecha de factura			
Country of origin País exportador				Country of destination (complete name and address) País destino			
Country of manufacture País de fabricación				Country of ultimate destination País de último destino			
Invoice type Tipo de factura				Invoice value Valor de la factura			
Invoice value Valor de la factura				Total value Valor total			
Signature of Exporter (name and title) Firma del exportador (nombre y cargo)				Signature of Importer Firma del importador			



- **Proforma invoice:** Una factura proforma es un documento preliminar que indica los detalles de una futura transacción comercial. Es como una factura borrador que no tiene valor fiscal ni contable, y se usa para informar al cliente sobre los precios, condiciones y términos de la operación antes de que se concrete.

Factura Proforma

Nombre de empresa: [Empresa S.A.]  
 Dirección: [Calle 123, Ciudad, País]  
 Teléfono: [0011-12345678]  
 Fax: [0011-87654321]  
 E-mail: [info@empresa.com]

Fecha: [2023/10/27]  
 Documento: [12345678]

Cliente:  
 Nombre: [Nombre]  
 Dirección: [Calle 123, Ciudad, País]  
 Teléfono: [0011-12345678]  
 Fax: [0011-87654321]  
 E-mail: [info@cliente.com]

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Producto A	1	10.00	10.00
Producto B	1	20.00	20.00
Producto C	1	30.00	30.00
Producto D	1	40.00	40.00
Producto E	1	50.00	50.00
Producto F	1	60.00	60.00
Producto G	1	70.00	70.00
Producto H	1	80.00	80.00
Producto I	1	90.00	90.00
Producto J	1	100.00	100.00
Subtotal			530.00
Impuesto			0.00
Total			530.00

Comentarios o instrucciones especiales:

Esta factura proforma contiene datos válidos con fines de información y no constituye un contrato.

- **Contrato compra venta:** Un contrato de compraventa es un acuerdo legal entre un comprador y un vendedor para transferir la propiedad de un bien o servicio a cambio de un precio. Es un documento que formaliza los términos de la transacción, incluyendo el precio, el objeto de la compraventa y las obligaciones de cada parte.

## Documento de transporte

- **Bill of lading** (marítimo): Conocimiento de embarque" o a veces "aviso de embarque". Es un documento legal utilizado en el transporte marítimo que sirve como prueba de que la mercancía ha sido recibida para ser transportada.

BILL OF LADING				Page	
1. Emisor: A.P. LEONARDO S.A.S. BOGOTÁ, COC (Código de Comercio)		2. Destinataria: P.P. LEONARDO S.A.S. BOGOTÁ, COC (Código de Comercio)		3. Fecha de emisión de este B/L: 2023/08/14	
4. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				5. Lugar de destino: BOGOTÁ, COC	
6. Lugar de origen: BOGOTÁ, COC				7. Tipo de transporte: MARÍTIMO	
8. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				9. Tipo de empaque: SACOS	
10. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				11. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
12. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				13. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
14. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				15. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
16. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				17. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
18. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				19. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
20. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				21. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
22. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				23. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
24. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				25. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
26. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				27. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
28. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				29. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
30. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				31. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
32. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				33. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
34. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				35. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
36. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				37. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
38. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				39. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
40. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				41. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
42. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				43. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
44. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				45. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
46. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				47. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
48. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				49. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
50. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				51. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
52. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				53. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
54. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				55. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
56. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				57. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
58. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				59. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
60. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				61. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
62. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				63. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
64. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				65. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
66. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				67. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
68. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				69. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
70. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				71. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
72. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				73. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
74. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				75. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
76. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				77. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
78. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				79. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
80. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				81. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
82. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				83. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
84. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				85. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
86. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				87. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
88. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				89. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
90. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				91. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
92. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				93. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
94. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				95. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
96. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				97. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
98. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				99. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	
100. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30				101. Descripción de la mercancía: 5000 KGS. DE CEMENTO PORTLAND TIPO 30	

- **Póliza:** Contrato de seguro que garantiza el cumplimiento de las obligaciones aduaneras, especialmente el pago de aranceles e impuestos, en caso de que el importador o exportador no cumpla. Esta póliza protege a la aduana y asegura que los derechos de importación o exportación sean pagados.



- **Licencia de exportación** ( solo si es requerida por el país de origen): Una licencia de exportación es un permiso otorgado por el gobierno que permite a una empresa o individuo exportar ciertos bienes o productos, que de otro modo podrían estar restringidos. Es crucial para el cumplimiento de las regulaciones de exportación y para asegurar que se puedan realizar envíos internacionales sin problemas.

El formulario es un documento oficial de México, emitido por el Servicio de Administración Tributaria (SAT). Está dividido en varias secciones con encabezados como 'DATOS DE LA EMPRESA', 'DATOS DEL PRODUCTO', 'DATOS DEL DESTINO' y 'DATOS DEL EXPORTADOR'. Incluye campos para nombres, direcciones, números de identificación (RFC, CURP) y detalles de los productos a exportar. En la parte superior derecha se encuentra el logo del SAT y el texto 'SECRETARÍA DE ECONOMÍA'. El documento contiene una gran cantidad de líneas de texto y cuadros para ingresar información.

- **Certificado de origen**: Un certificado de origen es un documento que acredita el país de origen de una mercancía, normalmente utilizado en el comercio internacional para facilitar el acceso a mercados bajo condiciones preferenciales establecidas en tratados comerciales.

**TRATADO DE LIBRE COMERCIO CELEBRADO ENTRE  
LA REPUBLICA DE COLOMBIA, LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
Y LA REPUBLICA DE VENEZUELA**

**CERTIFICADO DE ORIGEN**

FORMA No. 0008 **0055201**

1. NOMBRE Y DISTRITO DEL PRODUCTOR		2. NOMBRE Y DISTRITO DE LA PRODUCCION		3. NOMBRE Y DISTRITO DEL IMPORTADOR	
4. NOMBRE Y TIPO DE MATERIAL		5. DESCRIPCION DE LOS MATERIALES		6. DISTRITO DE ORIGEN	
7. NOMBRE Y DISTRITO DE LA EMPRESA		8. NOMBRE Y DISTRITO DE LA EMPRESA		9. DISTRITO DE ORIGEN	

**DECLARACION PROTECTORA DE DERECHOS INTELECTUALES**

La información contenida en este documento es verdadera y exacta, y no fue obtenida de ninguna de esas fuentes. Esta declaración será responsable por cualquier infracción de los derechos de propiedad intelectual.

Me comprometo a conservar y preservar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes haya entregado el presente certificado de cualquier acción que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo.

Los firmes son originales y cumplen con los requisitos que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio celebrado entre la República de Colombia, los Estados Unidos Mexicanos y la República de Venezuela, o no han sido objeto de procesamiento aduanal y de cualquier otra operación fuera de los territorios de los Países antes en los cuales se emite en virtud del artículo 12 del Tratado.

Este certificado se compone de \_\_\_\_ folios, todos los cuales son anexos.

FIRMA:	EMPRESA:
NOMBRE:	CARTE:
FECHA:	TUPOLOCO: PAIS:

**II. OBSERVACIONES**

**III. APLICACION DEL CERTIFICADO DE ORIGEN PROTECTORA DE DERECHOS INTELECTUALES**  
Código País Fecha Inicio Fin y País

## Documentos técnicos

- **Ficha técnica:** Una ficha técnica es un documento que detalla las características, especificaciones y funcionalidades de un producto, servicio o proceso. Es como un resumen técnico que proporciona información clave para la comprensión y uso del objeto en cuestión.



- **Certificado de calidad** (opcional): Es un documento que acredita que una empresa o producto cumple con estándares de calidad específicos, normalmente establecidos por una organización externa y neutral. Estos certificados son importantes para demostrar la calidad de los productos o servicios de una empresa, y para asegurar que se cumplen ciertas normas o estándares.



## 10. Estudio Económico y Financiero

### 10.1 Inversiones Preliminares

#### 10.1.1. Gastos Pre Operativos

<i>Delta Sport S.A.S.</i>	
<b>PRESUPUESTO DE GASTOS PREOPERATIVOS</b>	
<b>CONCEPTO O DETALLE DEL GASTO</b>	<b>VALOR PRESUPUESTADO</b>
Estudio de Factibilidad	2.000.000
Gastos Notariales	800.000
Gastos de Registro en Cámara de Comercio.	1.200.000
Honorarios Asesorías Profesionales	2.500.000
Gastos de Instalación y Montaje (adecuación)	3.500.000
Publicidad de Impacto	1.800.000
Otros Gastos Legales: Uso del Suelo, Sayco y acinpro, Bomberos, Permisos, Licencias, etc.	1.500.000
Gastos de selección del personal	0
Capacitaciones y Cursos de Inducción a Personal	0
Gastos de Papelería	400.000
Gastos de transportes y diligencias	0
Diversos e Imprevistos	1.490.000
<b>TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS</b>	<b>15.190.000</b>

gg

<i>Delta Sport S.A.S.</i>	
<b>AMORTIZACION DEL GASTO PRE OPERATIVO - DIFERIDO</b>	
Total del Gasto Diferido	15.190.000
Período de Amortización en Años (Periodo de Evaluación)	5
Total Amortización por cada Año del Periodo de Evaluación	3.038.000
<b>Total Amortización por mes o Amortización Mensual</b>	<b>253.167</b>

## 10.1.2 Inversiones Fijas

<i>Delta Sport S. A. S.</i>			
PRESUPUESTO DE INVERSIONES FIJAS			
1. EQUIPO DE OFICINA, DE COMPUTO Y MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCION DEL ACTIVO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador de Mesa	1	1.600.000	1.600.000
Computador Portatil	7	2.100.000	14.700.000
Escritorios	8	320.000	2.560.000
Sillas para Computador	0	0	0
Sillas para Escritorio	8	90.000	720.000
Mesas para Computador	1	280.000	280.000
Impresora	4	1.290.000	5.160.000
Fotocopiadora	0	0	0
Aire Acondicionado	2	1.250.000	2.500.000
Mesa de Juntas	1	950.000	950.000
Sillas para mesa de juntas	10	125.000	1.250.000
Telefonos	3	899.000	2.697.000
Estanterías	0	0	0
Archivador	4	450.000	1.800.000
Vitrinas	0	0	0
Otros activos fijos depreciables	0	0	0
			0
			0
			0
			0
<b>TOTAL EQUIPO DE OFICINA, COMPUTO Y OTROS</b>			<b>34.217.000</b>

<i>Delta Sport S. A. S.</i>	
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	
Total Equipo de Oficina, Computo y Muebles y Enseres	34.217.000
Periodo de Tiempo para Depreciación en años (Línea Recta)	5
Valor del Gasto por Depreciación Anual	6.843.400
<b>Valor del Gasto por Depreciación Mensual</b>	<b>570.283</b>

## 10.1.3 Capital del Trabajo

<i>Delta Sport S. A. S.</i>			
<b>PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO</b>			
TIPO DE GASTO	VALOR MENSUAL	MESES A FINANCIAR	VALOR TOTAL
Honorarios Profesionales	1.500.000	3	4.500.000
Servicios publicos	700.000	3	2.100.000
Arrendamientos	2.500.000	3	7.500.000
Servicios de vigilancia	400.000	3	1.200.000
Copias, fotocopias	60.000	3	180.000
Servicio de cafeteria y casino	120.000	3	360.000
Servicios temporales	2.000.000	3	6.000.000
Servicio generales: Aseo y varios	300.000	3	900.000
Servicio de telefonia e internet	100.000	3	300.000
Gastos Legales	1.000.000	3	3.000.000
Mantenimiento y Reparaciones	320.000	3	960.000
Papelería y utiles de oficina	300.000	3	900.000
Transportes y Fletes	3.200.000	3	9.600.000
Diversos y otros gastos generales	1.000.000	3	3.000.000
Nómina	18.800.000	3	56.400.000
Compra de Inventarios	25.000.000	1	25.000.000
<b>TOTAL DEL CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>121.900.000</b>

## 10.1.4. Composición Capital

<i>Delta Sport S. A. S.</i>	
<b>TOTAL INVERSIONES PRELIMINARES - CAPITAL SEMILLA</b>	
Total de los Gastos Pre Operativos	15.190.000
Total de las inversiones Fijas	34.217.000
Total del Capital de Trabajo	121.900.000
<b>TOTAL DE LAS INVERSIONES PRELIMINARES</b>	<b>171.307.000</b>

<i>Delta Sport S. A. S.</i>			
<b>COMPOSICION DEL CAPITAL - SOCIEDAD ANONIMA SIMPLIFICADA</b>			
Concepto	No Acciones	Vr. Nominal	Vr. Total
Capital Autorizado	342.614	1.000	342.614.000
Capital Suscrito	256.961	1.000	256.960.500
Capital Suscrito Por Cobrar	85.654	1.000	85.653.500
Capital Suscrito y Pagado	171.307	1.000	171.307.000

## 10.2. Balance General de Constitución

<i>Delta Sport S. A. S.</i>		
<b>BALANCE GENERAL DE CONSTITUCION O DE APERTURA</b>		
Fecha: 22/03/2023		
<b>ACTIVO</b>		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		
<b>DISPONIBLE</b>		
Caja		121.900.000
<b>INVENTARIOS</b>		
Inventario de Producto		
<b>TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>121.900.000</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		
<b>ACTIVO FIJO</b>		
Equipo de Oficina y Otros Activos		34.217.000
<b>DIFERIDOS</b>		
<b>CARGOS DIFERIDOS</b>		
Gastos Preoperativos		15.190.000
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>49.407.000</b>
<b>TOTAL DEL ACTIVO</b>		<b>171.307.000</b>
<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>		
<b>PATRIMONIO</b>		
<b>CAPITAL SOCIAL</b>		
Aporte de los Inversionistas		171.307.000
<b>TOTAL DEL PATRIMONIO</b>		<b>171.307.000</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>171.307.000</b>

### 10.3. La Producción y Costos Operacionales

#### 10.3.1. Producción Exportable

<i>Delta Sport S.A.S.</i>							
PROYECCION VOLUMEN DE PRODUCCION COMERCIALIZABLE CON EL EXTERIOR							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
	600,00	6	3.600,00	3.816,00	4.044,96	4.287,66	4.544,92
TASA DE CREMIENTO O DE VARIACION ANUAL DE LA PRODUCCION EXPORTABLE				6,00%	6,00%	6,00%	6,00%

#### 10.3.2. Costos de Producción

##### 10.3.2.1. Costos Directos

<i>Delta Sport S.A.S.</i>							
PROYECCION DE LOS COSTOS DE MERCANCIA VENDIDA PARA EXPORTACION (PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL EXTERIOR)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
	600	6	394.380.306	439.593.248	489.989.536	546.163.407	608.777.218
COSTO UNITARIO (Costos de Produccion)			109.550	115.197	121.136	127.380	133.947
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			5,16%	5,16%	5,16%	5,16%	5,16%

##### 10.3.2.2. Costos de Personal

<i>Delta Sport S.A.S.</i>			
PORCENTAJES DE CARGA PRESTACIONAL Y PARAFISCAL QUE AFECTAN EL GASTO DE NOMINA (PERSONAL CONTRATO LABORAL)			
CARGA PRESTACIONAL		CARGA PARAFISCAL	
Cesantías	8,33%	Aportes Salud EPS	8,50%
Intereses causados sobre Cesantías	1,00%	Aportes Fondo Pensión	12,00%
Prima de Servicios	8,33%	Riesgos Laborales ARL	1,00%
Vacaciones	4,17%	Aportes Caja Compensación	4,00%
<b>TOTAL</b>	<b>21,83%</b>		<b>25,50%</b>

<i>Delta Sport S.A.S.</i>							
AREA LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL	CARGA PARAFISCAL	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
				21,83%	25,50%		
Jefe de Produccion y logistica	2.600.000	200.000	2.800.000	611.240	663.000	4.074.240	48.890.880
Auxiliar de logistica	1.700.000	200.000	1.900.000	414.770	433.500	2.748.270	32.979.240
			0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>4.300.000</b>	<b>400.000</b>	<b>4.700.000</b>	<b>1.026.010</b>	<b>1.096.500</b>	<b>6.822.510</b>	<b>81.870.120</b>

<i>Delta Sport S.A.S.</i>							
AREA DE PRODUCCIÓN (TERCERIZADA)							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL 0,00%	CARGA PARAFISCAL 0,00%	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
Auxiliar de produccion 1	1.500.000	200.000	1.700.000	371.110	382.500	2.453.610	29.443.320
auxiliar de produccion 2	1.500.000	200.000	1.700.000	371.110	382.500	2.453.610	29.443.320
			0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>3.000.000</b>	<b>400.000</b>	<b>3.400.000</b>	<b>742.220</b>	<b>765.000</b>	<b>4.907.220</b>	<b>58.886.640</b>

<i>Delta Sport S.A.S.</i>						
PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO						
DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05	
Nomina Administración, Contable y Final	94.245.840	100.747.694	107.698.100	115.128.002	123.070.479	
Nómina Area Mercadeo y Ventas	92.477.880	98.857.766	105.677.789	112.968.313	120.761.797	
Nómina Area Logística y Distribución	81.870.120	87.518.195	93.555.921	100.010.179	106.909.705	
Nómina Area Producción (Tercerizada)	58.886.640	62.949.125	67.291.874	71.934.222	76.896.837	
<b>TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL</b>	<b>327.480.480</b>	<b>350.072.780</b>	<b>374.223.684</b>	<b>400.040.715</b>	<b>427.638.818</b>	

<i>Delta Sport S.A.S.</i>	
INDICADOR DE PROYECCION DE LOS GASTOS DE NOMINA	
SE TOMARA COMO REFERENCIA EL PROMEDIO DE LA VARIACION DEL SALARIO MINIMO LEGAL MENSUAL VIGENTE EN COLOMBIA EN LOS ULTIMOS DIECISIETE AÑOS.	
Año 2025	9,50%
Año 2024	12,07%
Año 2023	16,00%
Año 2022	10,07%
Año 2021	3,50%
Año 2020	6,00%
Año 2019	6,00%
Año 2018	5,90%
Año 2017	7,00%
Año 2016	7,00%
Año 2015	4,60%
Año 2014	4,50%
Año 2013	4,02%
Año 2012	5,81%
Año 2011	4,00%
Año 2010	3,64%
Año 2009	7,67%
<b>TOTAL SUMATORIA</b>	<b>117,28%</b>
<b>TOTAL PROMEDIO</b>	<b>6,90%</b>

## 10.3.2.3. Gastos Generales De Producción

<i>Delta Sport S.A.S.</i>							
PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DEL AREA LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	AREA LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	1.500.000	25,00%	4.500.000	4.731.975	4.975.908	5.232.416	5.502.147
Servicios publicos	700.000	30,00%	2.520.000	2.649.906	2.786.509	2.930.153	3.081.203
Arrendamientos	2.500.000	30,00%	9.000.000	9.463.950	9.951.817	10.464.833	11.004.295
Servicios de vigilancia	400.000	25,00%	1.200.000	1.261.860	1.326.909	1.395.311	1.467.239
Copias, fotocopias	60.000	13,00%	93.600	98.425	103.499	108.834	114.445
Servicio de cafeteria y casino	120.000	13,00%	187.200	196.850	206.998	217.669	228.889
Servicios temporales	2.000.000	20,00%	4.800.000	5.047.440	5.307.636	5.581.244	5.868.957
Servicio generales: Aseo y varios	300.000	25,00%	900.000	946.395	995.182	1.046.483	1.100.429
Servicio de telefonía e internet	100.000	30,00%	360.000	378.558	398.073	418.593	440.172
Gastos Legales	1.000.000	25,00%	3.000.000	3.154.650	3.317.272	3.488.278	3.668.098
Mantenimiento y Reparaciones	320.000	25,00%	960.000	1.009.488	1.061.527	1.116.249	1.173.791
Outsourcing conatable	1.000.000	25,00%	3.000.000	3.154.650	3.317.272	3.488.278	3.668.098
Papelaría y utiles de oficina	300.000	13,00%	468.000	492.125	517.494	544.171	572.223
Transportes y Fletes	3.200.000	50,00%	19.200.000	20.189.760	21.230.542	22.324.977	23.475.829
Depreciación de Activos	570.283	20,00%	1.368.680	1.368.680	1.368.680	1.368.680	1.368.680
Amortización Diferidos	253.167	25,00%	759.500	759.500	759.500	759.500	759.500
Diversos y otros gastos generales	1.000.000	25,00%	3.000.000	3.154.650	3.317.272	3.488.278	3.668.098
<b>TOTAL DEL GASTO</b>	<b>15.323.450</b>		<b>55.316.980</b>	<b>58.058.863</b>	<b>60.942.089</b>	<b>63.973.946</b>	<b>67.162.096</b>

<i>Delta Sport S.A.S.</i>							
PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DEL AREA DE PRODUCCIÓN (TERCERIZADA) PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	AREA DE PRODUCCIÓN (TERCERIZADA)	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	1.500.000	25,00%	4.500.000	4.731.975	4.975.908	5.232.416	5.502.147
Servicios publicos	700.000	10,00%	840.000	883.302	928.836	976.718	1.027.068
Arrendamientos	2.500.000	10,00%	3.000.000	3.154.650	3.317.272	3.488.278	3.668.098
Servicios de vigilancia	400.000	25,00%	1.200.000	1.261.860	1.326.909	1.395.311	1.467.239
Copias, fotocopias	60.000	10,00%	72.000	75.712	79.615	83.719	88.034
Servicio de cafeteria y casino	120.000	10,00%	144.000	151.423	159.229	167.437	176.069
Servicios temporales	2.000.000	20,00%	4.800.000	5.047.440	5.307.636	5.581.244	5.868.957
Servicio generales: Aseo y varios	300.000	25,00%	900.000	946.395	995.182	1.046.483	1.100.429
Servicio de telefonía e internet	100.000	10,00%	120.000	126.186	132.691	139.531	146.724
Gastos Legales	1.000.000	25,00%	3.000.000	3.154.650	3.317.272	3.488.278	3.668.098
Mantenimiento y Reparaciones	320.000	25,00%	960.000	1.009.488	1.061.527	1.116.249	1.173.791
Outsourcing conatable	1.000.000	25,00%	3.000.000	3.154.650	3.317.272	3.488.278	3.668.098
Papelaría y utiles de oficina	300.000	10,00%	360.000	378.558	398.073	418.593	440.172
Transportes y Fletes	3.200.000	12,50%	4.800.000	5.047.440	5.307.636	5.581.244	5.868.957
Depreciación de Activos	570.283	10,00%	684.340	684.340	684.340	684.340	684.340
Amortización Diferidos	253.167	25,00%	759.500	759.500	759.500	759.500	759.500
Diversos y otros gastos generales	1.000.000	25,00%	3.000.000	3.154.650	3.317.272	3.488.278	3.668.098
<b>TOTAL DEL GASTO</b>	<b>15.323.450</b>		<b>32.139.840</b>	<b>33.722.219</b>	<b>35.386.169</b>	<b>37.135.896</b>	<b>38.975.822</b>

## 10.4. Gastos Generales

### 10.4.1 Distribución de Gastos Comunes

INDICADOR DE PROYECCION DEL GASTO. PROMEDIO DEL INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR DE LOS ULTIMOS CATORCE AÑOS	
AÑO	VALOR % I.P.C
2011	3,73%
2012	2,44%
2013	1,94%
2014	3,66%
2015	6,77%
2016	5,75%
2017	4,09%
2018	3,18%
2019	3,80%
2020	1,61%
2021	5,62%
2022	13,12%
2023	9,28%
2024	7,18%
2025	
<b>SUMATORIA</b>	<b>72,17%</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>5,16%</b>

<i>Delta Sport S.A.S.</i>						
DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LOS GASTOS GENERALES COMUNES A LAS AREAS EMPRESARIALES						
DETALLE O TIPO DE GASTO DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	AREA ADMINISTRACIÓN, CONTABLE Y FINANCIERA	AREA DE MERCADEO Y VENTAS	AREA LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN	AREA DE PRODUCCIÓN (TERCERIZADA)	TOTAL PORCENTAJE
Honorarios Profesionales	1.500.000	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	100,00%
Servicios publicos	700.000	30,00%	30,00%	30,00%	10,00%	100,00%
Arrendamientos	2.500.000	30,00%	30,00%	30,00%	10,00%	100,00%
Servicios de vigilancia	400.000	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	100,00%
Copias, fotocopias	60.000	45,00%	32,00%	13,00%	10,00%	100,00%
Servicio de cafetería y casino	120.000	45,00%	32,00%	13,00%	10,00%	100,00%
Servicios temporales	2.000.000	20,00%	40,00%	20,00%	20,00%	100,00%
Servicio generales: Aseo y varios	300.000	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	100,00%
Servicio de telefonía e internet	100.000	30,00%	30,00%	30,00%	10,00%	100,00%
Gastos Legales	1.000.000	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	100,00%
Mantenimiento y Reparaciones	320.000	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	100,00%
Outsourcing contable	1.000.000	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	100,00%
Papelería y útiles de oficina	300.000	45,00%	32,00%	13,00%	10,00%	100,00%
Transportes y Fletes	3.200.000	12,50%	25,00%	50,00%	12,50%	100,00%
Depreciación de Activos	570.283	50,00%	20,00%	20,00%	10,00%	100,00%
Amortización Diferidos	253.167	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	100,00%
Diversos y otros gastos generales	1.000.000	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	100,00%
<b>TOTAL PRESUPUESTO MES</b>	<b>15.323.450</b>					

## 10.4.2. Los Gastos de Administración

### 10.4.2.1. Gastos de Personal y Su Proyección

<i>Delta Sport S.A.S.</i>							
AREA ADMINISTRACIÓN, CONTABLE Y FINANCIERA							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL	CARGA PARAFISCAL	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
				21,83%	25,50%		
Gerente General	3.000.000	200.000	3.200.000	698.560	765.000	4.663.560	55.962.720
Auxiliar Administrativo	2.000.000	200.000	2.200.000	480.260	510.000	3.190.260	38.283.120
			0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>5.000.000</b>	<b>400.000</b>	<b>5.400.000</b>	<b>1.178.820</b>	<b>1.275.000</b>	<b>7.853.820</b>	<b>94.245.840</b>

<i>Delta Sport S.A.S.</i>						
PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO						
DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05	
Nomina Administración, Contable y Financiera	94.245.840	100.747.694	107.698.100	115.128.002	123.070.479	
Nómina Area Mercadeo y Ventas	92.477.880	98.857.766	105.677.789	112.968.313	120.761.797	
Nómina Area Logística y Distribución	81.870.120	87.518.195	93.555.921	100.010.179	106.909.705	
Nómina Area Producción (Tercerizada)	58.886.640	62.949.125	67.291.874	71.934.222	76.896.837	
<b>TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL</b>	<b>327.480.480</b>	<b>350.072.780</b>	<b>374.223.684</b>	<b>400.040.715</b>	<b>427.638.818</b>	

### 10.4.2.2. Gastos Generales Administrativos y Su Proyección

<i>Delta Sport S.A.S.</i>							
PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DEL AREA DE ADMINISTRACION PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	AREA ADMINISTRACIÓN, CONTABLE Y FINANCIERA	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	1.500.000	25,00%	4.500.000	4.731.975	4.975.908	5.232.416	5.502.147
Servicios publicos	700.000	30,00%	2.520.000	2.649.906	2.786.509	2.930.153	3.081.203
Arrendamientos	2.500.000	30,00%	9.000.000	9.463.950	9.951.817	10.464.833	11.004.295
Servicios de vigilancia	400.000	25,00%	1.200.000	1.261.860	1.326.909	1.395.311	1.467.239
Copias, fotocopias	60.000	45,00%	324.000	340.702	358.265	376.734	396.155
Servicio de cafetería y casino	120.000	45,00%	648.000	681.404	716.531	753.468	792.309
Servicios temporales	2.000.000	20,00%	4.800.000	5.047.440	5.307.636	5.581.244	5.868.957
Servicio generales: Aseo y varios	300.000	25,00%	900.000	946.395	995.182	1.046.483	1.100.429
Servicio de telefonía e internet	100.000	30,00%	360.000	378.558	398.073	418.593	440.172
Gastos Legales	1.000.000	25,00%	3.000.000	3.154.650	3.317.272	3.488.278	3.668.098
Mantenimiento y Reparaciones	320.000	25,00%	960.000	1.009.488	1.061.527	1.116.249	1.173.791
outsourcin contable	1.000.000	25,00%	3.000.000	3.154.650	3.317.272	3.488.278	3.668.098
Papelería y utiles de oficina	300.000	45,00%	1.620.000	1.703.511	1.791.327	1.883.670	1.980.773
Transportes y Fletes	3.200.000	12,50%	4.800.000	5.047.440	5.307.636	5.581.244	5.868.957
Depreciación de Activos	570.283	50,00%	3.421.700	3.421.700	3.421.700	3.421.700	3.421.700
Amortización Diferidos	253.167	25,00%	759.500	759.500	759.500	759.500	759.500
Diversos y otros gastos generales	1.000.000	25,00%	3.000.000	3.154.650	3.317.272	3.488.278	3.668.098
<b>PRESUPUESTO MENSUAL</b>	<b>15.323.450</b>		<b>44.813.200</b>	<b>46.907.780</b>	<b>49.110.335</b>	<b>51.426.432</b>	<b>53.861.923</b>

### 10.4.3 Los Gastos de Comerciales y Ventas

#### 10.4.3.1. Gastos de Personal y su Proyección

<i>Delta Sport S.A.S.</i>					
PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO					
DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Nomina Administración, Contable y Finanzas	94.245.840	100.747.694	107.698.100	115.128.002	123.070.479
Nómina Area Mercadeo y Ventas	92.477.880	98.857.766	105.677.789	112.968.313	120.761.797
Nómina Area Logística y Distribución	81.870.120	87.518.195	93.555.921	100.010.179	106.909.705
Nómina Area Producción (Tercerizada)	58.886.640	62.949.125	67.291.874	71.934.222	76.896.837
<b>TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL</b>	<b>327.480.480</b>	<b>350.072.780</b>	<b>374.223.684</b>	<b>400.040.715</b>	<b>427.638.818</b>

#### 10.4.3.2. Gastos Generales de Comercialización y Ventas

<i>Delta Sport S.A.S.</i>							
PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DE AREA DE MERCADEO Y VENTAS PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	AREA DE MERCADEO Y VENTAS	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	1.500.000	25,00%	4.500.000	4.731.975	4.975.908	5.232.416	5.502.147
Servicios publicos	700.000	30,00%	2.520.000	2.649.906	2.786.509	2.930.153	3.081.203
Arrendamientos	2.500.000	30,00%	9.000.000	9.463.950	9.951.817	10.464.833	11.004.295
Servicios de vigilancia	400.000	25,00%	1.200.000	1.261.860	1.326.909	1.395.311	1.467.239
Copias, fotocopias	60.000	32,00%	230.400	242.277	254.767	267.900	281.710
Servicio de cafetería y casino	120.000	32,00%	460.800	484.554	509.533	535.799	563.420
Servicios temporales	2.000.000	40,00%	9.600.000	10.094.880	10.615.271	11.162.488	11.737.915
Servicio generales: Aseo y varios	300.000	25,00%	900.000	946.395	995.182	1.046.483	1.100.429
Servicio de telefonía e internet	100.000	30,00%	360.000	378.558	398.073	418.593	440.172
Gastos Legales	1.000.000	25,00%	3.000.000	3.154.650	3.317.272	3.488.278	3.668.098
Mantenimiento y Reparaciones	320.000	25,00%	960.000	1.009.488	1.061.527	1.116.249	1.173.791
Outsourcing Conatable	1.000.000	25,00%	3.000.000	3.154.650	3.317.272	3.488.278	3.668.098
Papelería y utiles de oficina	300.000	32,00%	1.152.000	1.211.386	1.273.833	1.339.499	1.408.550
Transportes y Fletes	3.200.000	25,00%	9.600.000	10.094.880	10.615.271	11.162.488	11.737.915
Depreciación de Activos	570.283	20,00%	1.368.680	1.368.680	1.368.680	1.368.680	1.368.680
Amortización Diferidos	253.167	25,00%	759.500	759.500	759.500	759.500	759.500
Diversos y otros gastos generales	1.000.000	25,00%	3.000.000	3.154.650	3.317.272	3.488.278	3.668.098
<b>PRESUPUESTO MENSUAL</b>	<b>15.323.450</b>		<b>51.611.380</b>	<b>54.162.239</b>	<b>56.844.595</b>	<b>59.665.226</b>	<b>62.631.261</b>

<i>Delta Sport S.A.S.</i>							
AREA DE MERCADEO Y VENTAS							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL	CARGA PARAFISCAL	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
				21,83%	25,50%		
Jefe Mercadeo y Ventas	2.800.000	200.000	3.000.000	654.900	714.000	4.368.900	52.426.800
Auxiliar de Mercadeo y ventas	2.100.000	200.000	2.300.000	502.090	535.500	3.337.590	40.051.080
			0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>4.900.000</b>	<b>400.000</b>	<b>5.300.000</b>	<b>1.156.990</b>	<b>1.249.500</b>	<b>7.706.490</b>	<b>92.477.880</b>

10.4.3.3. Gastos del Proceso Exportador



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

**SIMULADOR DE COSTOS DE D.F.I. POR MODALIDAD DE TRANSPORTE**

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	I	PRODUCTO: Nombre Técnico o Comercial	Prendas Deportivas	Campos Modificables		
	II	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS EXPORTADOR)	6112.39.00.00	Campos con Formulas		
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	III	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS IMPORTADOR)	6112.39	DIVISA DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL		DÓLAR AMERICANO
	IV	UNIDAD COMERCIAL DE VENTA	Unidad o Artículo			
	V	VALOR POR UNIDAD COMERCIAL	25,71	VALOR DE LA DIVISA A LA FECHA		
	VI	TIPO DE EMPAQUE	Caja de carton	VALOR TIPO DE CAMBIO		
	VII	DIMENSIONES DEL EMPAQUE m	60x40x30CM	TASA DE VARIACIÓN DEL TIPO DE CAMBIO		
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	VI	ORIGEN / PAÍS - PUNTO DE CARGUE	Colombia, Cali	Septiembre 30 de 2024	4.164,21	
	VII	DESTINO / PAÍS - PUNTO DE DESEMBARQUE - ENTREGA	Panama, Colon, Puerto de Manzanillo (PAMIT)	Octubre 31 de 2024	4.413,46	5,9855%
	VIII	PESO TOTAL KG/TON	795,69	Noviembre 30 de 2024	4.419,59	0,1389%
	IX	UNIDAD DE CARGA	PALLET	Diciembre 31 de 2024	4.409,15	-0,2362%
	X	UNIDADES COMERCIALES	600,00	Enero 31 de 2025	4.170,01	-5,4237%
	XI	VOLUMEN TOTAL EMBARQUE CM3 - M3	2,13	Febrero 28 de 2025	4.120,11	-1,1966%
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	XII	TERMINO DE VENTA (INCOTERM)	CIF	Marzo 31 de 2025	4.192,57	1,7567%
	XIII	FORMA DE PAGO Y TIEMPO	Carta de Credito, 10 dias	Abril 30 de 2025	4.198,83	0,1493%
	XIV	TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	\$ 4.260,99	VALOR TASA O TIPO DE CAMBIO PROMEDIO		
				TASA DE VARIACIÓN PROMEDIO DEL TIPO DE CAMBIO		
			4.260,991250	4.260,991250	0,1680%	0,1680%

CONCEPTO COSTOS EXPORTACIÓN	MARÍTIMO			AÉREO			TERRESTRE		
	Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)	Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)	Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)
EMPAQUE	0,09	52,00		0,000			0,000		
EMBALAJE	0,02	11,40		0,000			0,000		
<b>VALOR EXW</b>	<b>25,82</b>	<b>15.489,40</b>	-	<b>25,710</b>	<b>15.426,00</b>		<b>25,710</b>	<b>15.426,00</b>	
Costos Directos									
UNITARIZACIÓN	0,042	25,00		0,000			0,000		
MANIPULEO LOCAL EXPORTADOR	0,023	14,08		0,000			0,000		
DOCUMENTACIÓN	0,043	26,00		0,000			0,000		
TRANSPORTE (HASTA PUNTO DE EMBARQUE)	0,665	398,97		0,000			0,000		
ALMACENAMIENTO INTERMEDIO	0,000			0,000			0,000		
MANIPULEO PREEMBARQUE	0,133	80,00		0,000			0,000		
MANIPULEO EMBARQUE	0,108	65,00		0,000			0,000		
BANCARIO	0,000			0,000			0,000		
AGENTES	0,250	150,00		0,000			0,000		
Costos Indirectos									
ADMINISTRATIVOS - Costo Indirecto	0,000			0,000			0,000		
CAPITAL-INVENTARIO	0,000			0,000			0,000		
SEGURO**								100,27	
<b>COSTO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR</b>	<b>1,265</b>	<b>759,05</b>		<b>0,000</b>	<b>-</b>		<b>0,167</b>	<b>100,27</b>	
VALOR : FCA No Incluye Embarque	26,972	16.183,45	-	25,710	15.426,00	-	25,877	15.526,27	-
VALOR : FAS No Incluye Embarque	26,972	16.183,45	-						
VALOR : FOB	27,061	16.248,45	-						
TRANSPORTE INTERNACIONAL	0,967	580,00		0,000			0,000		
VALOR CFR	28,047	16.828,45	-						
VALOR CPT	28,047	16.828,45	-	25,710	15.426,00	0,00	25,877	15.526,27	0,00
SEGURO INTERNACIONAL	0,167	100,00		0,000			0,167	100,27	
VALOR CIF	<b>28,214</b>	<b>16.928,45</b>	-						
VALOR CIP	28,214	16.928,45	-	25,710	15.426,00	0,00	26,044	15.626,54	0,00
MANIPULEO DE DESEMBARQUE	0,000			0,000			0,000		
Costos indirectos									
CAPITAL-INVENTARIO	0,000			0,000			0,000		
<b>COSTO DE LA DFI EN TRANSITO INTERNACIONAL</b>	<b>2,398</b>	<b>1.439,05</b>		<b>0,000</b>	<b>-</b>		<b>0,334</b>	<b>200,54</b>	
VALOR DAP** No Incluye Desembarque	28,214	16.928,45	-						
<b>VALOR DAT</b>	<b>28,214</b>	<b>16.928,45</b>	-	<b>25,710</b>	<b>15.426,00</b>	<b>0,00</b>	<b>26,044</b>	<b>15.626,54</b>	<b>0,00</b>
TRANSPORTE LUGAR CONVENIDO COMPRADOR	0,000			0,000			0,000		
ALMACENAMIENTO	0,000			0,000			0,000		
VALOR DAP**	28,214	16.928,45	-	25,710	15.426,00	-	26,044	15.626,54	-
DOCUMENTACION	0,000			0,000			0,000		
ADUANEROS (IMPUESTOS)	5,079	3.047,12		0,000			0,000		
AGENTES	0,113	67,71		0,000			0,000		
BANCARIO	0,000			0,000			0,000		
Costos indirectos									
CAPITAL-INVENTARIO	0,000			0,000			0,000		
SEGURO		129,63							
<b>COSTO DE LA DFI PAÍS IMPORTADOR</b>	<b>7,806</b>	<b>4.684</b>		<b>0,000</b>	<b>-</b>		<b>0,334</b>	<b>200,54</b>	
<b>VALOR DDP TOTAL</b>	<b>33,622</b>	<b>20.172,92</b>	-	<b>25,710</b>	<b>15.426,00</b>		<b>26,044</b>	<b>15.626,54</b>	-

<i>Delta Sport S.A.S.</i>							
PROYECCION DE LOS COSTOS DE EXPORTACION (PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL EXTERIOR)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
	600	6	36.790.662	39.063.610	41.476.982	44.039.453	46.760.235
Gastos del Proceso Exportador (Costos de la Exportación)			10.220	10.237	10.254	10.271	10.288
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			0,17%	0,17%	0,17%	0,17%	0,17%

## 10.5. Los Ingresos y su Proyección

<i>Delta Sport S.A.S.</i>							
PROYECCION DE LOS INGRESOS (PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL EXTERIOR)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
	600	6	1.314.447.625	1.395.654.938	1.481.879.285	1.573.430.621	1.670.638.049
PRECIO UNITARIO DE VENTA			365.124	365.738	366.352	366.967	367.584
INDICADOR DE VARIACION DEL PRECIO DE EXPORTACION			0,17%	0,17%	0,17%	0,17%	0,17%

## 10.6. El Estado de Resultados y su Proyección

<i>Delta Sport S.A.S.</i>					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Periodo de Evaluación del Proyecto					
CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
<b>INGRESOS</b>					
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>					
Ingresos por Ventas					
Nacionales					
En el Exterior	1.314.447.625	1.382.488.382	1.471.361.319	1.612.004.708	1.841.781.462
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>1.314.447.625</b>	<b>1.382.488.382</b>	<b>1.471.361.319</b>	<b>1.612.004.708</b>	<b>1.841.781.462</b>
<b>COSTO DE VENTAS</b>					
Costo de la Mercancía vendida (Mercancía exportada)	394.380.306	435.446.141	486.511.727	559.553.101	671.141.541
Costos de la exportacion	36.790.662	38.695.085	41.182.590	45.119.120	51.550.445
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>431.170.968</b>	<b>474.141.227</b>	<b>527.694.317</b>	<b>604.672.221</b>	<b>722.691.985</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>883.276.656</b>	<b>908.347.155</b>	<b>943.667.002</b>	<b>1.007.332.487</b>	<b>1.119.089.476</b>
<b>GASTOS ADMON, CONTAB. Y FINANCIEROS</b>					
Gastos de Personal de Administración	94.245.840	100.747.694	107.698.100	115.128.002	123.070.479
Gastos Generales de Administración	44.813.200	46.907.780	49.110.335	51.426.432	53.861.923
<b>GASTOS GENERALES AREA DE MERCADEO Y VENTAS</b>					
Gastos de Personal del AREA DE MERCADEO Y VENTAS	81.870.120	87.518.195	93.555.921	100.010.179	106.909.705
Gastos Generales del AREA DE MERCADEO Y VENTAS	55.316.980	58.058.863	60.942.089	63.973.946	67.162.096
<b>GASTOS GENERALES AREA LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN</b>					
Gastos de Personal de AREA LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN	92.477.880	98.857.766	105.677.789	112.968.313	120.761.797
Gastos Generales del AREA LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN	51.611.380	54.162.239	56.844.595	59.665.226	62.631.261
<b>GASTOS GENERALES AREA DE PRODUCCIÓN (TERCERIZADA)</b>					
Gastos de Personal de AREA DE PRODUCCIÓN (TERCERIZADA)	58.886.640	62.949.125	67.291.874	71.934.222	76.896.837
Gastos Generales del AREA DE PRODUCCIÓN (TERCERIZADA)	32.139.840	33.722.219	35.386.169	37.135.896	38.975.822
<b>TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES</b>	<b>511.361.880</b>	<b>542.923.880</b>	<b>576.506.872</b>	<b>612.242.216</b>	<b>650.269.920</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>371.914.776</b>	<b>365.423.275</b>	<b>367.160.130</b>	<b>395.090.271</b>	<b>468.819.557</b>
Provisión Impuesto de Renta 35%	130.170.172	127.898.146	128.506.046	138.281.595	164.086.845
<b>UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS</b>	<b>241.744.605</b>	<b>237.525.129</b>	<b>238.654.085</b>	<b>256.808.676</b>	<b>304.732.712</b>
Reserva Legal	24.174.460	23.752.513	23.865.408	25.680.868	30.473.271
<b>UTILIDAD A DISTRIBUIR A SOCIOS</b>	<b>217.570.144</b>	<b>213.772.616</b>	<b>214.788.676</b>	<b>231.127.809</b>	<b>274.259.441</b>

## 10.7. El Flujo Neto y Efectivo

<i>Delta Sport S.A.S.</i>						
FLUJO NETO DE EFECTIVO						
Periodo de Evaluación del Proyecto						
CONCEPTO		AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
<b>INGRESOS</b>						
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>						
Ingresos por Ventas						
Nacionales		0	0	0	0	0
En el Exterior		1.314.447.625	1.395.654.938	1.481.879.285	1.573.430.621	1.670.638.049
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>1.314.447.625</b>	<b>1.395.654.938</b>	<b>1.481.879.285</b>	<b>1.573.430.621</b>	<b>1.670.638.049</b>
<b>COSTO DE VENTAS</b>						
Costo de la Mercancía vendida		394.380.306	439.593.248	489.989.536	546.163.407	608.777.218
Costos de la exportación		36.790.662	39.063.610	41.476.982	44.039.453	46.760.235
<b>TOTAL COSTOS</b>		<b>431.170.968</b>	<b>478.656.858</b>	<b>531.466.518</b>	<b>590.202.860</b>	<b>655.537.453</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>883.276.656</b>	<b>916.998.081</b>	<b>950.412.767</b>	<b>983.227.761</b>	<b>1.015.100.596</b>
<b>GASTOS ADMON, CONTAB. Y FINANCIEROS</b>						
Gastos de Personal de Administración		94.245.840	100.747.694	107.698.100	115.128.002	123.070.479
Gastos Generales de Administración		44.813.200	46.907.780	49.110.335	51.426.432	53.861.923
<b>GASTOS GENERALES AREA DE MERCADEO Y VENTAS</b>						
Gastos de Personal del AREA DE MERCADEO Y VENTAS		81.870.120	87.518.195	93.555.921	100.010.179	106.909.705
Gastos Generales del AREA DE MERCADEO Y VENTAS		55.316.980	58.058.863	60.942.089	63.973.946	67.162.096
<b>GASTOS GENERALES DE AREA LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN</b>						
Gastos de Personal de AREA LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN		92.477.880	98.857.766	105.677.789	112.968.313	120.761.797
Gastos Generales de AREA LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN		51.611.380	54.162.239	56.844.595	59.665.226	62.631.261
<b>GASTOS GENERALES DE AREA DE PRODUCCIÓN (TERCERIZADA)</b>						
Gastos de Personal de AREA DE PRODUCCIÓN (TERCERIZADA)		58.886.640	62.949.125	67.291.874	71.934.222	76.896.837
Gastos Generales de AREA DE PRODUCCIÓN (TERCERIZADA)		32.139.840	33.722.219	35.386.169	37.135.896	38.975.822
<b>TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES</b>		<b>511.361.880</b>	<b>542.923.880</b>	<b>576.506.872</b>	<b>612.242.216</b>	<b>650.269.920</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>371.914.776</b>	<b>374.074.200</b>	<b>373.905.895</b>	<b>370.985.546</b>	<b>364.830.677</b>
Provisión Impuesto de Renta 35%		130.170.172	130.925.970	130.867.063	129.844.941	127.690.737
<b>UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS</b>		<b>241.744.605</b>	<b>243.148.230</b>	<b>243.038.832</b>	<b>241.140.605</b>	<b>237.139.940</b>
Reserva Legal		24.174.460	24.314.823	24.303.883	24.114.060	23.713.994
<b>UTILIDAD A DISTRIBUIR A SOCIOS</b>		<b>217.570.144</b>	<b>218.833.407</b>	<b>218.734.949</b>	<b>217.026.544</b>	<b>213.425.946</b>
<b>GASTOS NO DESEMBOLSABLES</b>						
Depreciación de Activos		6.159.060	6.159.060	6.159.060	6.159.060	6.159.060
Amortización Diferidos		2.278.500	2.278.500	2.278.500	2.278.500	2.278.500
<b>INVERSIONES PRELIMINARES</b>						
Gastos Preoperativos	15.190.000					
Inversiones Fijas	34.217.000					
Capital de Trabajo	121.900.000					
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>171.307.000</b>	<b>226.007.704</b>	<b>227.270.967</b>	<b>227.172.509</b>	<b>225.464.104</b>	<b>221.863.506</b>

## 10.8. El Valor Presente neto y la Tasa Interna de Retorno

<i>Delta Sport S.A.S.</i>						
VALOR PRESENTE NETO						
TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE VALOR PRESENTE NETO						8,000000%
FLUJO NETO DE EFECTIVO	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Flujos Netos de Efectivo	-171.307.000	226.007.704	227.270.967	227.172.509	225.464.104	221.863.506
Coeficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1+i)^n$	1,000000	1,080000	1,166400	1,259712	1,360489	1,469328
Flujos Netos de Efectivo Descontados	-171.307.000	209.266.393	194.848.223	180.336.862	165.722.847	150.996.574
<b>Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados</b>						<b>729.863.899</b>

<i>Delta Sport S.A.S.</i>						
TASA INTERNA DE RETORNO						
TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE TASA INTERNA DE RETORNO						154,389981%
FLUJO NETO DE EFECTIVO	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Flujos Netos de Efectivo	-171.307.000	226.007.704	227.270.967	227.172.509	225.464.104	221.863.506
Coeficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1+i)^n$	1,000000	2,543900	6,471426	16,462660	41,879358	106,536890
Flujos Netos de Efectivo Descontados	-171.307.000	88.843.005	35.119.147	13.799.259	5.383.657	2.082.504
<b>Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados</b>						<b>-26.079.428</b>

## 11. Conclusiones

La exportación de ropa deportiva desde Santiago de Cali hacia Colón, Panamá, se perfila como una alternativa estratégica para dinamizar el sector textil colombiano, aprovechando el auge del estilo de vida activo y saludable, así como la creciente aceptación de la ropa deportiva como una tendencia de moda urbana y casual. Esta oportunidad comercial no solo responde a una demanda cada vez más diversa en Panamá, sino que también representa una posibilidad concreta para que las empresas caleñas amplíen su alcance internacional, fortalezcan su competitividad y diversifiquen sus mercados.

Panamá, con su posición geográfica privilegiada y su rol como centro logístico regional, facilita el ingreso de productos colombianos al mercado centroamericano y del Caribe. En ciudades como Colón, donde convergen grandes zonas francas y una población con alta exposición al comercio internacional, el potencial de consumo de ropa deportiva es alto. Sin embargo, para tener éxito en este entorno competitivo, no basta con ofrecer un buen producto: se requiere una estrategia clara de internacionalización que considere aspectos logísticos, legales, técnicos, sanitarios y comerciales.

En este contexto, las empresas deben prepararse para cumplir con normativas de importación, estándares de calidad, exigencias de etiquetado y certificaciones internacionales, además de adaptarse a los gustos y preferencias del consumidor panameño. Esto implica realizar un estudio de mercado riguroso, establecer alianzas estratégicas con distribuidores o puntos de venta locales, y diseñar campañas de marketing digital que conecten con el estilo de vida y la identidad del cliente objetivo.

Asimismo, esta iniciativa permite generar impactos positivos más allá del ámbito económico. Contribuye a la creación de empleo, impulsa la innovación en diseño y materiales, y promueve la sostenibilidad empresarial. También posiciona a Colombia como un actor competitivo en la industria textil global, aprovechando sus tratados de libre comercio y su capacidad de producción de calidad.

En conclusión, exportar ropa deportiva desde Cali hacia Panamá es mucho más que una operación comercial: es una apuesta por el crecimiento regional, la internacionalización responsable y la generación de valor compartido entre dos países que tienen mucho por construir juntos en el camino del comercio justo y sostenible.

## **12. Recomendaciones**

A partir del análisis realizado, se recomienda avanzar con la exportación de ropa deportiva desde Santiago de Cali hacia Colón, Panamá, bajo un enfoque estratégico e integral que permita posicionar la marca en un mercado con alta proyección y dinamismo. No obstante, es fundamental que las empresas colombianas del sector textil no vean este proceso únicamente como una oportunidad de negocio, sino como una ventana para fortalecer su presencia internacional, innovar en sus procesos y construir relaciones comerciales sostenibles a largo plazo.

La recomendación clave es iniciar con una etapa de preparación sólida, que incluya un estudio de mercado detallado sobre los hábitos de consumo, las marcas competidoras y las expectativas del consumidor panameño. Este análisis debe ir acompañado de un proceso de inteligencia comercial que permita identificar socios estratégicos, puntos de venta adecuados y canales de distribución eficientes dentro del territorio panameño.

También se sugiere diseñar una propuesta de valor diferenciada, basada no solo en la calidad del producto, sino en la identidad de marca, el diseño funcional, la sostenibilidad de los materiales y la conexión emocional con los usuarios finales. La ropa deportiva hoy no solo responde a necesidades prácticas, sino que representa una forma de expresión personal. Por ello, es vital contar con una narrativa de marca coherente que conecte con los valores de bienestar, salud y estilo de vida activo que caracterizan al consumidor actual.

En paralelo, se recomienda implementar una estrategia logística y administrativa robusta, que contemple los procesos de empaque, embalaje, etiquetado y cumplimiento de requisitos legales y aduaneros exigidos por las autoridades panameñas. Capacitar al equipo humano sobre estos procedimientos garantizará fluidez operativa y evitará retrasos o sobrecostos.

Por último, se aconseja aprovechar herramientas digitales y plataformas de comercio electrónico para complementar la presencia física en Colón con una estrategia de venta omnicanal. Esto permitirá diversificar los puntos de contacto con el cliente y ampliar el alcance de la marca dentro y fuera del territorio panameño.

### 13. Referencias

- Alomias, F. (2023). *Economía de Cali presentó un mayor crecimiento comparada con el promedio nacional*. Obtenido de <https://www.cali.gov.co/desarrolloeconomico/publicaciones/178761/economia-de-cali-presento-un-mayor-crecimiento-comparada-con-el-promedio-nacional/>
- ALONSO, M. (2024). *5 FUERZAS DE PORTER*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/porters-five-forces>
- AMBIENTE, M. D. (2023). *LOGROS Y DESAFIOS DE PANAMA EN MATERIA DEL MEDIO AMBIENTE*. Obtenido de <https://miambiente.gob.pa/logros-y-desafios-de-panama-en-materia-ambiental/>
- Analdex. (2024). *MODA COLOMBIANA SIN POCA TELA PARA CORTAR*. Obtenido de <https://analdex.org/2024/06/07/moda-colombiana-con-poca-tela-por-cortar-exportaciones-e-importaciones-con-cifras-negativas/>
- autor, P. d. (2024). *CUADRO PRONOSTICO*.
- AUTOR, P. D. (2024). *DIAGRAMA DE GANTT. CALI*.
- Banrepcultural. (S/F). *JUNTA DIRECTIVA DEL BANCO DE LA REUBLICA Y SUS FUNCIONES*. Obtenido de [https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Junta\\_Directiva\\_del\\_Banco\\_de\\_la\\_Rep%C3%BAblica#:~:text=La%20Junta%20Directiva%20es%20la,el%20inter%C3%A9s%20de%20la%20Naci%C3%B3n.](https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Junta_Directiva_del_Banco_de_la_Rep%C3%BAblica#:~:text=La%20Junta%20Directiva%20es%20la,el%20inter%C3%A9s%20de%20la%20Naci%C3%B3n.)
- BID. (S/F). *PROYECTOS*. Obtenido de <https://www.iadb.org/es/proyecto/PN-L1185>
- BLOG, L. (s/f). *El consumidor panameño como una especie en evolución*. Obtenido de <https://www.latamdigitalmarketing.com/blog/el-consumidor-latino/#:~:text=Esto%20significa%20que%20el%20consumidor,duda%20y%20no%20s%C3%B3lo%20compra.>
- BOGOTANITOS. (S/F). *CONOCIENDO EL MEDIO AMBIENTE DE COLOMBIA*. Obtenido de <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/biodiversidad/conociendo-el-medio-ambiente-de-colombia>
- colombia, C. d. (2006). *Fmnto de la cultura y emprendimiento*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/eb0a7a3a-5068-4632-becf-2e92f62d9fa3/Ley-1014-de-2006-De-fomento-a-la-cultura-del-empre.aspx>
- COLOMBIA, V. (S/F). *CULTURA DE COLOMBIA*. Obtenido de <https://www.vivecolombia.es/guia/cultura-colombia/>
- COLOMBIANO, S. L. (S/F). *ESTRUCTURA DEL ESTADO*. Obtenido de <https://www.oas.org/dil/esp/Presentacion%20del%20Sistema%20Juridico%20Colombia.pdf>

- colorado, N. (2005). *Evaluación de la empresa Hilacol S.A. basado en el modelo de ventaja competitiva con respecto al sector textil en Colombia*. Bogota. Obtenido de <https://ciencia.lasalle.edu.co/server/api/core/bitstreams/07fbbf29-7036-4579-b353-6a7811e0a732/content>
- Datosmacro.com. (s/f). *panama: Economía y Demografía*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/panama#:~:text=Panam%C3%A1%2C%20con%20una%20poblaci%C3%B3n%20de,77%20por%20volumen%20de%20PIB.>
- DIAN. (s.f.). PREGUNTAS FRECUENTES SOBRE EL REGIMEN CAMBIARIO. MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO. Obtenido de <https://www.dian.gov.co/atencionciudadano/infoconsulta/Paginas/ControlCambiario.aspx#:~:text=El%20r%C3%A9gimen%20cambiario%20es%20el,t%C3%ADtulos%20representativos%20de%20las%20mismas>
- DIAN. (S/F). CONSULTA POR ESTRUCTURA ARANCELARIA. COLOMBIA. Obtenido de <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces>
- DIAN. (S/F). REGIMEN DE ADUANAS. Obtenido de <https://www.dian.gov.co/aduanas/Regimen-de-Aduanas/Presentacion/Paginas/default.aspx#:~:text=Decreto%201165%20del%202019&text=El%20Decreto%201165%20ofrece%20seguridad,las%20operaciones%20de%20comercio%20exterior>
- ECONOMICS, T. (2024). *PANAMA - TASA DE INFLACION*. Obtenido de <https://es.tradingeconomics.com/panama/inflation-cpi>
- ecuador, B. c. (2025). *La economía ecuatoriana reportó una contracción anual de*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/la-economia-ecuatoriana-reporto-una-contraccion-anual-de-20-en-2024/#:~:text=En%202024%2C%20el%20Producto%20Interno,disminuy%C3%B3%20en%203%2C8%25.>
- ecuador, b. m. (2025). *Ecuador: panorama general*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>
- EMR. (S/F). *ANALISIS DE MERCADO DE ROPA DEPORTIVA EN AMERICA LATINA*. Obtenido de <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-ropa-deportiva-en-america-latina#:~:text=La%20creciente%20popularidad%20del%20atletismo,que%20est%C3%A1n%20impulsando%20el%20mercado.>
- ENTERRPRISE, A. (S/F). *MERCADO DE ROPA DEPORTIVA EN COLOMBIA*. Obtenido de <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-ropa-deportiva-en-colombia>
- ESAN. (2017). *¿Qué son los estudios de viabilidad? conexionesan*. Lima, Perú: Universidad ESAN. Recuperado el 31 de octubre de 2020, de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/03/que-son-los-estudios-de-viabilidad/>

- EXPERIAN, D. (2024). *TECNOLOGIA EN COLOMBIA*. Obtenido de <https://www.datacredito.com.co/blogs/datablog/tecnologia-en-colombia/>
- FINANCIERO, E. C. (2014). *PERSPECTIVAS DEL COMERCIO EXTERIOR DE PANAMA. CIUDAD DE PANAMA: EL ACPITAL FINANCIERO*. Obtenido de <https://elcapitalfinanciero.com/perspectivas-del-comercio-exterior-de-panama/>
- finanzas, m. d. (s/f). *Economía peruana acumula ocho meses de crecimiento continuo*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/mef/noticias/1091263-economia-peruana-acumula-ocho-meses-de-crecimiento-continuo-y-en-noviembre-2024-alcanza-una-tasa-de-3-9-la-mayor-desde-julio-2024>
- Guisao, Z. (2011). *DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n70/n70a13.pdf>
- IDEA, I. (2022). *PANAMA*. Obtenido de <https://www.idea.int/es/country/panama>
- infobae. (s/f). *Perú en “crisis política crónica”: análisis internacional advierte que sin reformas, el país está condenado al estancamiento económico*. Obtenido de <https://www.infobae.com/peru/2025/01/31/peru-en-crisis-politica-cronica-analisis-internacional-advierte-que-sin-reformas-el-pais-esta-condenado-al-estancamiento-economico/>
- Info'palante. (2024). *Todo lo que necesitas saber de Cali*. Obtenido de <https://www.infopalante.org/es/articles/1500011651101>
- JURISTA, R. (S/F). *LEY 7 DE 1991 CONGRESO DE LA REPUBLICA*. Obtenido de [https://www.redjurista.com/Documents/ley\\_7\\_de\\_1991\\_congreso\\_de\\_la\\_republica.aspx#/](https://www.redjurista.com/Documents/ley_7_de_1991_congreso_de_la_republica.aspx#/)
- LA ESTRELLA DE PANAMA. (2 de DICIEMBRE de 2012). *INDUSTRIA TEXTIL PANAMEÑA EN, ¿ PELIGRO DE EXTINCION?* Obtenido de <https://www.laestrella.com.pa/economia/textil-peligro-panamena-industria-extincion-GPLE355993>
- LEGISCOMEX.COM. (2017). *DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/perfil-logistico-panama-2017-rci317-transporte-maritimo.pdf>
- livig, P. (2023). *LASMEJORES TIENDAS DEPORTIVAS EN PANAM*. Obtenido de <https://panamaliving.com/panamahacks-tiendas-deportivas-en-panama-2/>
- Michel Arboleda, J. R. (2017). *ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACION DE ROPA DEPORTIVA*. TULUA. Obtenido de <https://repositorio.uceva.edu.co/bitstream/handle/20.500.12993/1839/T00030559.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- moda, p. (2023). *TOP 10 países exportadores de confección, por EWorldTrade*. Obtenido de <https://pinkermoda.com/eworldtrade-mayores-exportadores-de-confeccion/>

- MUNDIAL, B. (2024). *INFRAESTRUCTURA Y DESARROLLO*. Obtenido de <https://blogs.worldbank.org/es/voices/el-canal-de-panam-una-nueva-ruta-para-impulsar-infraestructura>
- MUNDIAL, G. B. (2024). *EL BANCO MUNDIAL DE COLOMBIA*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview>
- netherlands, E. o. (s/f). *Ecuador 4 mundos en un solo lugar*. Obtenido de <http://www.embassyecuador.eu/site/index.php/es/turismo-inf-general-2/turismo-cultura#:~:text=Etnias%20del%20Ecuador&text=En%20la%20sierra%2C%20en%20los,los%20chachis%2C%20ts%20C3%A1chilas%20y%20huancavilcas>
- normativa, S. u. (2019). *DECRETO 1165 DE 2019*. Obtenido de <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30036618>
- normativa, S. u. (2019). *modalidades de exportacion*. Obtenido de <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30036618>
- PANAMA, G. B. (2024). *EL BANCO MUNDIAL EN PANAMA*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/panama/overview>
- POLITIPA. (2024). *MAPA POLITICO DE PANAMA*. CIUDAD DE PANAMA: POLITIPAPA. Obtenido de [https://politipa.com/mapa-politica-de-panama/#el\\_sistema\\_politico\\_de\\_panama](https://politipa.com/mapa-politica-de-panama/#el_sistema_politico_de_panama)
- Procolombia. (2020). *TRARADOS DE LIBRE COMERCIO*. Obtenido de <https://procolombia.co/colombiatrade/exportador/articulos/tratados-de-libre-comercio-de-colombia-17-acuerdos-65-paises-y-1500-millones-de-compradores>
- PUBLICA, F. (S/F). *LEY 9 DE 1991*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=80013#:~:text=%E2%80%9CPor%20la%20cual%20se%20dictan,y%20se%20adoptan%20medidas%20complementarias.%E2%80%9D&text=DE%20LAS%20NORMAS%20GENERALES%20EN%20MATERIA%20DE%20CAMBIOS%20INTERNACIONALE>
- Republica, B. d. (2023). *CIRCULAR REGLAMENTARIA EXTERNA – DCIN - 83*. Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/reglamentacion/archivos/compendio-dcin83-24-mayo-2018.pdf>
- Republica, B. d. (2023). *CIRCULAR REGLAMENTARIA EXTERNA DCIN -83*. Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/reglamentacion/archivos/compendio-dcin83-24-mayo-2018.pdf>
- Republica, B. d. (2023). *RESOLUCION EXTERNA*. Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/reglamentacion/compendio-res-ext-1-de-2018.pdf>

- salud, o. p. (2023). *OPS impulsa iniciativa ACTIVE sobre actividad física en Panamá*. Obtenido de <https://www.paho.org/es/noticias/31-8-2023-ops-impulsa-iniciativa-active-sobre-actividad-fisica-panama>
- Venezuela, C. d. (2025). *Cultura*. Obtenido de <https://www.venez.pl/cultura/>
- WIKIPEDEI. (2024). *BALBOA (MONEDA DE PANAMA)*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Balboa\\_\(moneda\\_de\\_Panam%C3%A1\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Balboa_(moneda_de_Panam%C3%A1))
- wikipedia. (2025). *Cultura del Perú*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Cultura\\_del\\_Per%C3%BA](https://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_del_Per%C3%BA)
- wikipedia. (2025). *Economía de Venezuela*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa\\_de\\_Venezuela#:~:text=La%20principal%20actividad%20econ%C3%B3mica%20de,camarones%20y%20otros%20productos%20marinos](https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Venezuela#:~:text=La%20principal%20actividad%20econ%C3%B3mica%20de,camarones%20y%20otros%20productos%20marinos)
- wikipedia. (2025). *Política de Venezuela*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica\\_de\\_Venezuela](https://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica_de_Venezuela)