

# **Beneficios arancelarios del TLC con Estados Unidos frente a la exportación de ropa interior masculina colombiana**

**Santiago Giraldo Herrera**

*sgirald5@eafit.edu.co*

**Alejandra Rojas Cardona**

*arojascl@eafit.edu.co*

## ***Resumen***

El mercado de ropa interior masculina, ha tenido un crecimiento muy positivo los últimos años, Colombia se ha caracterizado por su calidad, colores, diseño y buenas prácticas en la producción de prendas íntimas, es por ello que se abre una gran oportunidad para las empresas Colombianas en especial para las pymes con la aprobación del Tratado de libre comercio con Estados Unidos, este país es uno de los mayores importadores del mundo y tiene un mercado muy amplio y dispuesto a comprar ropa interior masculina con características como las que ofrece el mercado colombiano. Con la aprobación del tratado las prendas de vestir quedaron automáticamente desgravadas es decir pasaron de tener ciertos aranceles de entrada a Estados Unidos a tener un arancel cero. En este artículo se describen las características, condiciones, beneficios que el TLC con Estados Unidos brinda a las empresas productoras de ropa interior masculina para exportar a este país con los posibles beneficios arancelarios. Se identifica en qué consiste el origen de las mercancías y como pueden utilizar a favor estos conceptos para aplicar a los beneficios del tratado, además se deja planteado los beneficios que a futuro se tiene contemplado en el texto del tratado como es la acumulación de origen extendido en la cual Colombia se podrá beneficiar de los países que tengan acuerdos comerciales con Estados Unidos para un importación de sus materias primas y que sean tomadas como originarias de Colombia sin perder los beneficios de arancel cero.

## ***Palabras clave***

Tratado de Libre Comercio, Ropa interior masculina, arancel, Subpartidas arancelarias, Normas de Origen, Acumulación de origen extendida.

## ***Abstract***

The men's underwear market have had a positive growing in the last years, Colombia has been recognized by the quality of its clothing, design, colors and very good production practices, those are reasons why Colombian companies have wide opportunities with the Free Trade Agreement between both nations. United States is one of the biggest importers in the world and with a market consuming more men's underwear every day as the products from the Colombian brands. With the Free Trade Agreement the men's underwear from both nations had instant tariff reduction to 0%. In this article are confined the conditions, definitive characteristics and benefits that the Free Trade Agreement has brought to the men's underwear companies in Colombia and the opportunity to export to the United States with very important tariff reduction, it also explains how these benefits can be exploited starting from the origin of the materials used in clothes, besides, the text planted left how the extended accumulation of origin could be used later when both nations decide it's terms, showing new benefits, for instance Colombia could buy materials from other countries with free trade agreements with the United Sates and also the benefit of the tariff reduction to 0% could be applied as if the materials where from Colombia or United States.

## ***Key words***

Free trade agreement, men's underwear, tariff, tariff subheadings, tariff reduction, rules of origin, origin extended accumulation

## **Introducción**

Luego de un largo camino de negociación del Tratado de libre comercio entre Colombia y Estados Unidos y su entrada en vigencia en Mayo del 2012, se abrió un mundo de oportunidades para el mercado colombiano, entre ellos para el sector de las prendas de vestir, en vista de ello, se desarrollo un artículo con el fin de mostrar los beneficios arancelarios que trajo el TLC para los exportadores colombianos de ropa interior masculina. Este trabajo se llevo a cabo en tres apartados, inicialmente se presento una contextualización del tratado y del mercado de ropa interior masculina en ambos países; luego se focalizo en el texto del tratado como tal, en los capítulos concernientes a las prendas intimas, en el cual se mostraron los diferentes temas

arancelarios, denominaciones de origen y demás requerimientos para llevar a cabo una exportación exitosa hacia Estados Unidos con arancel cero; por último se generaron una serie de conclusiones y recomendaciones que deben tener en cuenta los empresarios antes de internacionalizar su empresa con su producto, ropa interior masculina.

## **1. Presentación de la situación en estudio**

El TLC entre Colombia y Estados Unidos es ahora una realidad, la entrada en vigencia de dicho tratado, es un detonante de innumerables críticas de todo tipo de analistas, sin embargo es necesario plasmar lo que este tratado ha logrado acordar entre las dos naciones, e identificar las opciones que brinda el tratado para los empresarios del país y la manera de cómo se pueden beneficiar.

### **1.1 Historia del TLC Colombia – Estados Unidos de América**

Un TLC es un acuerdo, como sus siglas lo dicen, de libre comercio, entre dos o más países, busca incrementar los flujos de comercio e inversión, a su vez, busca el crecimiento económico y el desarrollo social. Los tratados de Libre comercio se rigen bajo unas normas y procedimientos, velan de esta manera que los flujos de bienes, servicios e inversiones entre ambos países se realicen sin restricciones injustificadas y en condiciones de transparencia. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, oficina de Comunicaciones 2004).

El 4 de Diciembre de 1991 fue expedida por el Presidente George W. Bush la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas, ATPA, la cual solo hasta Julio de 1992 entraría en vigencia. Se firma como plan de erradicación de cultivos ilícitos en algunos países de la comunidad Andina, entre ellos, Ecuador, Perú, Bolivia y Colombia que ayudaría en la promoción del comercio hacia los Estados Unidos con desgravación en más de 5.000 productos , pero ésta tendría un vencimiento hasta el 2001, por eso, en el 2002 fue firmado el ATPDEA el cual extendió los beneficios hasta el 2006 e incluyó otros 700 productos, entre estos confecciones, calzado, manufacturas en cuero, petróleo y otros.

Tiempo después el acuerdo ATPDEA fue extendido hasta el 2011, lo que dio paso a esperar la aceptación por parte del congreso de los Estados Unidos del TLC Colombia – USA, para poner fin a la incertidumbre generada por los plazos y vencimientos de las extensiones otorgadas en el ATPDEA. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo). El 22 de Noviembre de 2006 se suscribió el acuerdo de promoción comercial entre Colombia y Estados Unidos en Washington. Solo hasta el 12 de Octubre de 2011, el congreso de Estados Unidos aprobó el acuerdo, hecho seguido por la sanción de la ley aprobatoria por parte del presidente Obama el 21 de Octubre de 2011.

En la VI cumbre de las Américas celebrada en Cartagena de Indias, se estableció la fecha de entrada en vigencia del TLC, posterior a ésta, el proceso culminó con la publicación del Decreto 993 del 15 de Mayo de 2012, día en que entró en vigencia el Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Estados Unidos de América. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo).

## **1.2 Mercado de ropa interior masculina Colombia – Estados Unidos**

Colombia se ha posicionado como un país con excelente calidad en la producción de piezas de ropa interior, sus diseños, colores, producciones cada vez más limpias, tecnologías, maquinaria y procesos productivos que se han adaptado a las necesidades de un mercado exigente, con materiales más confortables e incluso orgánicos son factores que lo han llevado a ser reconocido y apetecido a nivel internacional (Euromonitor International, 2013, pág. 1).

El mundo de la moda y sus tendencias ha mostrado un mayor enfoque en el mundo femenino; en cuanto a la ropa interior femenina desde hace décadas se encuentran numerosas opciones para diferentes gustos y necesidades, sin embargo, esta tendencia no se había comportado de igual manera para el mercado masculino, los hombres por el contrario, se han inclinado a usar un único modelo de “calzoncillo” con posibilidades de escoger tallas y algunos colores. Sin embargo hoy la moda de la ropa interior masculina también se ha diversificado, por consiguiente su mercado ha evolucionado y con éste diferentes empresas del país conquistan en el exterior mercados exigentes. Esto ha sido importante para que Colombia se abra paso y logre posicionar marcas muy fuertes de ropa interior masculina, con empresas grandes como Leonisa, Gef/Punto Blanco, Arturo Calle, St Even entre otras; Igualmente han surgido diferentes marcas más pequeñas como Único y Tarrao, que se han especializado en prendas que hoy son apetecidas por un número considerable de consumidores en el extranjero.

Los materiales más usados en Colombia en la industria de la ropa interior masculina, son el rayón, elastano, algodón, nylon y seda, los cuales dan a las prendas un gran confort y además son los principales y más apetecidos materiales en Estados Unidos, esto es una ventaja más para incursionar en mercados internacionales, sumando los diseños, aplicaciones y colores, los cuales marcan tendencia a nivel transnacional; sin dejar a un lado claro está, que la ropa interior, es de alta usabilidad y es necesario reemplazarla con mayor frecuencia, es indispensable en el guarda ropa tanto de mujeres como de hombres y su compra a pesar de que hoy marca tendencia por gusto, también es una compra necesaria.

En cuanto al mercado de ropa interior en Estados Unidos, tuvo un decrecimiento en los volúmenes de venta en especial por los altos costos del algodón y la volatilidad de la inflación para el 2011, esto llevó a un decrecimiento del 1% en el volumen de ventas (2.3 bil de unidades), mientras que el valor en ventas incrementó un 4%(Us\$13.9 bil), este incremento se debió principalmente a un cambio en el móvil de compra del consumidor en tanto que ha aumentado la compra de ropa interior Premium, actualmente el consumidor de ropa interior se enfoca ante todo en calidad, durabilidad y diseño, por lo tanto está dispuesto a pagar un mayor precio.. (Euromonitor International, 2012)

Las tendencias a nivel mundial y la compra de ropa interior masculina en Estados Unidos está orientada al diseño, figuras ajustadas, colores llamativos, texturas diferentes, comodidad y ocasión de uso. Como se menciona anteriormente, las prendas de ropa íntima se ven como un artículo más de moda que de necesidad. La implementación del TLC Colombia-Estados Unidos, puede ayudar a que el Mercado Colombiano incremente su nivel de ventas en este país, dado que

los costos serán más bajos para las prendas de alta calidad y de excelente diseño para el Mercado Norteamericano.

A continuación se exponen gráficos que muestran el comportamiento del mercado de prendas de vestir masculinas en Estados Unidos en los últimos años, número de unidades consumidas por año, monto en dólares por año y proyecciones de ventas hasta el año 2016.

**Tabla 1.** Volumen de venta de ropa interior de hombre, ropa de noche y ropa de baño

mn units	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Men's Underwear, Nightwear and Swimwear	909.7	917.3	902.6	883.6	891.0	883.6
- Men's Nightwear	30.7	29.0	26.6	23.8	23.7	23.5
- Men's Swimwear	18.9	17.8	15.9	14.4	13.4	13.1
- <b>Men's Underwear</b>	<b>860.1</b>	<b>870.4</b>	<b>860.0</b>	<b>845.4</b>	<b>853.8</b>	<b>847.0</b>

Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, store checks, trade interviews, trade sources

Fuente: Euromonitor International. Mayo 2012. Passport. Underwear, night wear and swimwear in USA. Tabla 5. Sales of Men's Underwear, Nightwear and Swimwear: Volume 2006-2011. P.4.

**Tabla 2.** Venta en dólares de ropa interior de hombre, ropa de noche y ropa de baño

US\$ million	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Men's Underwear, Nightwear and Swimwear	5,586.6	5,497.4	5,377.7	5,327.8	5,350.9	5,538.4
- Men's Nightwear	887.5	869.1	832.6	792.6	786.2	808.2
- Men's Swimwear	508.3	496.1	458.4	415.7	395.8	402.9
- <b>Men's Underwear</b>	<b>4,190.9</b>	<b>4,132.2</b>	<b>4,086.8</b>	<b>4,119.5</b>	<b>4,168.9</b>	<b>4,327.3</b>

Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, store checks, trade interviews, trade sources

Fuente: Euromonitor International. Mayo 2012. Passport. Underwear, night wear and swimwear in USA. Tabla 6. Sales of Men's Underwear, Nightwear and Swimwear: Value 2006-2011. P.4.

**Tabla 3.** Presupuesto de volumen de ventas de ropa interior, de noche y de baño de hombre 2011-2016 en Estados Unidos

Table 21		Forecast Sales of Men's Underwear, Nightwear and Swimwear: Volume 2011-2016					
mn units		2011	2012	2013	2014	2015	2016
Men's Underwear, Nightwear and Swimwear		883.6	891.9	893.4	896.1	901.2	911.5
- Men's Nightwear		23.5	23.6	23.8	24.2	24.5	24.9
- Men's Swimwear		13.1	13.6	14.1	14.6	15.0	15.5
- <b>Men's Underwear</b>		<b>847.0</b>	<b>854.6</b>	<b>855.5</b>	<b>857.4</b>	<b>861.7</b>	<b>871.2</b>

Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, store checks, trade interviews, trade sources

Fuente: Euromonitor International. Mayo 2012. Passport. Underwear, night wear and swimwear in USA. Tabla 21. Forecast Sales of Men's Underwear, Nightwear and Swimwear: Volume 2011-2016. P.9.

**Tabla 4.** Presupuesto de ventas en dólares de ropa interior, de noche y de baño de hombre 2011-2016 en Estados Unidos

Table 22		Forecast Sales of Men's Underwear, Nightwear and Swimwear: Value 2011-2016					
US\$ million		2011	2012	2013	2014	2015	2016
Men's Underwear, Nightwear and Swimwear		5,538.4	5,564.8	5,533.0	5,469.1	5,372.8	5,340.9
- Men's Nightwear		808.2	810.6	805.8	801.3	792.5	786.2
- Men's Swimwear		402.9	400.9	400.1	396.9	390.5	385.9
- <b>Men's Underwear</b>		<b>4,327.3</b>	<b>4,353.3</b>	<b>4,327.2</b>	<b>4,270.9</b>	<b>4,189.8</b>	<b>4,168.8</b>

Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, store checks, trade interviews, trade sources

Fuente: Euromonitor International. Mayo 2012. Passport. Underwear, night wear and swimwear in USA. Tabla 22. Forecast Sales of Men's Underwear, Nightwear and Swimwear: Value 2011-2016. P.9.

### 1.3 Texto del TLC

El texto del acuerdo quedó de la siguiente manera: una parte inicial como preámbulo y el contenido dividido en capítulos, en total serían 23, para este estudio son relevantes los capítulos 3 y 4 y algunos apartados del 5. A continuación la Tabla 5: Capítulos del acuerdo Colombia-Estados Unidos

**Tabla 5.** Capítulos del acuerdo comercial Colombia-Estados Unidos

CAPÍTULOS	
1. Disposiciones Iniciales y Definiciones Iniciales	13. Política de Competencia
2. Trato Nacional y Acceso de Mercancías al Mercado.	14. Telecomunicaciones
3. Textiles y Vestido	15. Comercio Electrónico
4. Reglas de Origen y Procedimientos de Origen	16. Derechos de Propiedad Intelectual
5. Procedimiento Aduanero y Facilitación del Comercio	17. Asuntos Laborales
6. Medidas Sanitarias y Fitosanitarias	18. Medio Ambiente
7. Obstáculos Técnico al Comercio	19. Transparencia
8. Defensa Comercial	20. Administración del Acuerdo y Fortalecimiento de Capacidades Comerciales
9. Contratación Pública	21. Solución de Controversias
10. Inversión	22. Excepciones Generales
11. Comercio transfronterizo de Servicios	23. Disposiciones Finales
12. Servicios Financieros	Anexo I: Medidas Disconformes para Servicios e Inversión: Colombia/EEUU Anexo II: Medidas Disconformes para Servicios e Inversión: Colombia/EEUU Anexo III: Medidas Disconformes para Servicios Financieros: Colombia/EEUU y Nota explicativa Entendimiento sobre Biodiversidad y Conocimientos Tradicionales

Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Acuerdos vigentes. Acuerdo de promoción comercial entre la república de Colombia y Estados Unidos de América. Contenido del acuerdo.

#### 1.4 Objetivos del estudio

La situación que aquí se plantea ha mostrado diferentes temas, entre ellos está el TLC entre Colombia y Estados Unidos, el sector de prendas de vestir en Colombia haciendo especial énfasis en los productores y comercializadores de ropa interior masculina en el país y el potencial de mercado que es Estados Unidos.

La idea principal es abordar estos temas con un enfoque particular: identificar los beneficios arancelarios que brinda el TLC para los empresarios colombianos que exporten o deseen exportar ropa interior masculina, a los Estados Unidos. Se trata de estudiar y revisar el TLC e identificar los capítulos pertinentes al objeto de estudio, de modo tal que ofrezcan claridad en la información, que aclare temas tales como partidas arancelarias, desgravaciones arancelarias, normas de origen, materiales y combinaciones de la ropa interior masculina; todo esto con el fin de describir en modo claro y preciso los beneficios del TLC para los exportadores de ropa interior masculina en Colombia. Presentar un ejemplo claro de cómo se debe exportar ropa interior masculina a los Estados Unidos, indica los beneficios adicionales que puede traer la firma del acuerdo para los exportadores de ropa interior masculina en Colombia. . Igualmente indica el tipo de formatos que se deben llenar, qué hacer para acceder a los beneficios anteriormente citados y la importancia de esto para los empresarios.

## **2. El TLC**

Dada la información previa sobre el TLC, en este apartado se acotan las partes específicas que hacen referencia al objeto de estudio. Se citan las partidas y condiciones arancelarias, grado y calendario de desgravación si este aplica, reglas de origen, materiales y textiles para la exportación a Estados Unidos de ropa interior masculina.

## 2.1. Aranceles y su clasificación

Para iniciar cualquier proceso de exportación es necesario conocer la partida arancelaria del producto que se quiere exportar y las condiciones arancelarias que este tiene, por ello en este apartado se indica brevemente qué es un arancel, la clasificación arancelaria y de que consta

- *“Un arancel es el valor que se cobra sobre mercancías que entran definitivamente a un país como producto de una importación, con el fin de proteger a la industria interna y/o recaudo de impuestos”* (Proexport, 2012, pág. 45).
- *“Las preferencias arancelarias, son aquellas que se aplican en el marco de un acuerdo o tratado unilateral, con el fin de reducir o eliminar completamente los derechos de importación aplicados a un país”* (Proexport, 2012, pág. 45).
- *“La desgravación arancelaria es aquella que elimina definitivamente o reduce gradualmente los aranceles de importación”* (Proexport, 2012, pág. 45).
- *“La clasificación arancelaria es la identificación o codificación numérica de una mercancía y se basa en el Sistema Armonizado (SA), que es una nomenclatura de mercancías desarrollada por la Organización Mundial de Aduanas (OMA).* (Cubas, 2012, pág. 24) Dicha nomenclatura se expresa de la siguiente manera:

**La codificación numérica se divide en:**

- Capítulo: Son los dos primeros dígitos de la codificación numérica
- Partida: Son los cuatro primeros dígitos de la codificación numérica
- Subpartida: Son los seis primeros dígitos de la codificación numérica
- Subpartida NANDINA: Son los ocho primeros dígitos de la codificación numérica
- Subpartida Nacional: Son los diez dígitos completos. (Cubas, 2012, pág. 25)

La clasificación arancelaria para las mercancías de Colombia se encuentra en la página web de la DIAN <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces>, para hacer una exportación a Estados Unidos se debe consultar allí la clasificación arancelaria con los 10 dígitos, la cual debe ser usada para buscar en la página web de La Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos <http://www.usitc.gov/tata/hts/index.htm> el arancel de aduanas de sus mercancías y las respectivas condiciones exigidas por el país para la exportación desde Colombia.

A continuación se presenta en términos de Colombia y de Estados Unidos la clasificación arancelaria, la descripción, el arancel base y la categoría de desgravación para la ropa interior masculina según disposiciones por el nuevo documento del Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Estados Unidos de América. La información de ambos países es necesaria debido a que el interés particular de este trabajo está basado en exportar desde Colombia hacia Estados Unidos, ropa íntima masculina.

**Tabla 6.** Clasificación arancelaria ropa interior masculina:

<b>Clasificación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Arancel</b>	<b>Categoría de</b>
<b>NANDINA 2004</b>		<b>base</b>	<b>Desgravación</b>
61.07.11.00.00	Calzoncillos y “slips” de punto y algodón para hombres o niños	20	A
61.07.12.00.00	Calzoncillos y “slips” de punto, de fibras sintéticas o artificiales para hombres o niños	20	A
61.07.19.00.00	Calzoncillos y “slips” de punto, de las demás materias textiles, para hombres o niños	20	A
62.07.11.00.00	Calzoncillos y “slips” de algodón para hombres o niños, excepto los de punto.	20	A
62.07.19.00.00	Calzoncillos y “slips” de las demás materias textiles, para hombres o niños, excepto los de punto	20	A

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. República de Colombia. Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Estados Unidos de América. Texto Final del Acuerdo: Lista de desgravación, Bienes No agrícolas de Colombia

**Tabla 7.** Cronograma de desgravación del arancel armonizado de Estados Unidos, para la ropa interior masculina, Subpartida 6107

Heading/ Subheading	Stat. Suf- fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty	
				1 General	2 Special
6107		Men's or boys' underpants, briefs, nightshirts, pajamas, bathrobes, dressing gowns and similar articles, knitted or crocheted:			
6107.11.00		Underpants and briefs:			
		Of cotton.....	7.4%	Free (BH,CA,CL,CO,IL,JO,KR,MA,MX,OM,P,PA,PE,SG) 6.6% (AU)	90%
	10	Men's (352).....	doz. kg		
	20	Boys' (352).....	doz. kg		
6107.12.00		Of man-made fibers.....	14.9%	Free (BH,CA,CL,CO,IL,JO,KR,MA,MX,OM,P,PA,PE,SG) 8% (AU)	90%
	10	Men's (652).....	doz. kg		
	20	Boys' (652).....	doz. kg		
6107.19		Of other textile materials:			
6107.19.10	00	Containing 70 percent or more by weight of silk or silk waste (752).....	doz. kg	0.9%	Free (AU,BH,CA,CL,CO,E,IL,JO,KR,MA,MX,OM,P,PA,PE,SG)
6107.19.90	00	Other (852).....	doz. kg	5.6%	Free (BH,CA,CL,CO,E,IL,JO,KR,MA,MX,OM,P,PA,PE,SG) 5% (AU)

Fuente: United States International Trade Commission. Harmonized Tariff Schedule of the United States (2013) (Rev. 1). Annotated for Statistical Reporting Purposes. Chapter 61. Articles of apparel and clothing accessories, knitted or crocheted 1/P. 37

**Tabla 8.** Cronograma de desgravación del arancel armonizado de Estados Unidos, para la ropa interior masculina subpartida 6207

Harmonized Tariff Schedule of the United States (2013) (Rev. 1)							
Annotated for Statistical Reporting Purposes							
XI 62-62	Heading/ Subheading	Stat. Suf- fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		
					1 General	2 Special	
	6207		Men's or boys' singlets and other undershirts, underpants, briefs, nightshirts, pajamas, bathrobes, dressing gowns and similar articles:				
	6207.11.00	00	Underpants and briefs: Of cotton (352) .....	doz. kg	6.1%	Free (BH, CA, CL, CO, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 5.4% (AU)	37.5%
	6207.19		Of other textile materials:				
	6207.19.10	00	Containing 70 percent or more by weight of silk or silk waste (752) .....	doz. kg	1.7%	Free (AU, BH, CA, CL, CO, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)	90%
	6207.19.90		Other .....		10.5%	Free (BH, CA, CL, CO, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 8% (AU)	90%
		10	Of man-made fibers (652) .....	doz. kg			
		30	Other (652) .....	doz. kg			

Fuente: United States International Trade Commission. Harmonized Tariff Schedule of the United States (2013) (Rev. 1). Annotated for Statistical Reporting Purposes. Chapter 62. Articles of apparel and clothing accessories, not knitted or crocheted 1/ p. 62

La casilla “Rates of Duty” ubicada en la Tabla 8 señala el arancel para cada prenda, sin embargo, nuestro interés se focaliza en la columna que dice “special” dado que allí muestra los países que están libres de pagar arancel por estas prendas, para el caso de Colombia, se denomina con la letra CO, lo cual quiere decir que todas las prendas de ropa íntima masculina, tanto para adultos como para niños que cumplan las normas de origen, se encuentran desgravadas, es decir, con arancel cero.

### 2.1.3 Cronograma de desgravación arancelaria:

Para las partidas arancelarias con categoría de desgravación A, el arancel fue inmediatamente eliminado a partir del momento en que entro en vigencia el TLC. De acuerdo a estas disposiciones, las prendas de ropa interior masculina cumplen con los beneficios de eliminación arancelaria, sin embargo, es preciso retomar el tema de la composición de cada prenda pues es allí donde se encuentran límites al comercio.

**Tabla 9.** Cronograma de desgravación, categoría A

Tasa base	Año 1
-----	0.0%

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. República de Colombia. Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Estados Unidos de América. Texto Final del Acuerdo: Cronograma de desgravación.

### 2.1.2 Origen y normas de origen

Según el apartado anterior se puede decir que desde Colombia el empresario puede exportar todo tipo de prendas de ropa interior masculina a los Estados Unidos con un arancel cero, con las condiciones exactas de descripción de cada producto en la clasificación arancelaria de este país; sin embargo, es en este punto donde se debe evaluar la composición de cada prenda, pues entra a jugar un nuevo concepto, el origen de los productos, el cual es esencial frente a la desgravación arancelaria y el proceso de exportación.

El origen hace referencia a el país en el cual una mercancía ha sido producida o ha sufrido un proceso de transformación (Cubas, 2012). Es vital conocer el origen dado que este dictamina si se puede otorgar o no una preferencia arancelaria. En el caso del tratado de libre comercio con Estados Unidos, la mercancía es originaria cuando es obtenida y producida en su totalidad en una o más de las partes del acuerdo comercial.

“Las normas de origen son los criterios necesarios para determinar la procedencia nacional de un producto. Su importancia se explica porque los derechos y las restricciones aplicados a la importación pueden variar según el origen de los productos importados” (Organización Mundial del Comercio, S.F.).

Es preciso conocer la composición de las diferentes prendas de ropa interior masculina, lo cual es necesario para identificar dentro del tratado (TLC) las normas de origen para todos los materiales y con ello tener claridad sobre la posibilidad de exportar o no a Estados Unidos dichas prendas. En el Tratado de libre comercio Colombia-Estados Unidos, se predeterminó que solo las mercancías que fueran originarias de ambos países tendrían un trato arancelario preferencial.

### 2.1.2.1 Composición y verificación del origen de la ropa interior masculina

La ropa interior masculina tiene tres componentes principales el elástico, el hilado y la tela principal, estos tres componentes a su vez pueden ser de diferentes fibras o materiales, los cuales se deben evaluar para verificar si cumplen con las normas de origen exigidas en el tratado.

Para que una prenda de ropa íntima masculina que se quiera exportar a Estados Unidos pueda calificar para aplicar criterios de origen y así acceder a la tarifa de cero arancel se debe tener en cuenta lo siguiente:

1. “La regla de origen es “*del Hilado Hacia Adelante*” (yarn forward), para la exportación de confecciones. El hilado/filamento y la tela deben ser de la región del TLC” (Quintero, 2012, pág. 4), es decir, debe ser construida en Colombia o Estados Unidos, pero su composición puede ser de la siguiente manera:
  - a. Nylon: Puede ser de México, Israel, Canadá, Colombia o Estados Unidos, de las siguientes partidas arancelarias; 54.02.10.30, 54.02.10.60, 54.02.31.30, 54.02.31.60, 54.02.32.30, 54.02.32.60, 54.02.41.10, 54.02.41.90, 54.02.51.00, 54.02.61.00.
  - b. Elastano: únicamente de Estados Unidos o Colombia

- c. Algodón: Estados Unidos o Colombia
  - d. Poliéster: Estados Unidos o Colombia
  - e. Rayón Viscosa: puede ser de cualquier parte del mundo siempre y cuando aplique a las siguientes subpartidas arancelarias: 551011 – 540823 – 540824 – 540822 – 540339
  - f. Únicamente los hilos de coser del Cap. 55.08, podrán venir de terceros países
2. Elástico: debe ser del material de las subpartidas 5806 y 6002, exclusivo de Colombia o Estados Unidos
  3. “Para exportar Confecciones del Capítulo 61 (tejido de punto), los tejidos de seda, lino, tejidos especiales (Cap. 58) y tejidos impregnados (Cap. 59) podrán venir de terceros países”. (Botero, 2012, pág. 23)
  4. “Para exportar Confecciones del Capítulo 62 (plano), los tejidos de seda, lino y tejidos impregnados (Cap. 59) podrán venir de terceros países”. (Botero, 2012, pág. 23)
  5. “Para exportar confecciones en general, las fibras naturales, sintéticas, rayón viscosa y acrílico (55.01 a 55.07), pueden venir de terceros países”. (Botero, 2012, pág. 23)

6. “Regla de “de Minimis: permite incorporar hilazas/filamentos de terceros países sin exceder el 10% del peso total de la prenda o tela a exportar. Se excluyen los filamentos elastoméricos” (Botero, 2012, pág. 24). Si se cumple esta norma, aplica origen, por ende accede al beneficio en donde la prenda de ropa interior masculina entra con 0% de arancel al mercado de los Estados Unidos

**Acumulación de origen extendida:** Este apartado es de suma importancia, dado que abre la posibilidad de acceder en condiciones favorables de competitividad a insumos que no tenemos en el país y que por el contrario se pueden obtener en todos los países con los cuales EE.UU. tenga acuerdos de libre comercio en el hemisferio americano, (CAFTA-DR, Chile, Perú, Panamá, NAFTA). Este tema aún no está negociado pero fue una ‘puerta abierta que quedo dentro del tratado para acordar entre las partes.

### **3. Beneficios del TLC con Estados Unidos**

En este apartado se darán a conocer diversos ítems de los cuales se pueden beneficiar los empresarios al exportar ropa interior masculina a Estados Unidos.

**Importaciones de Algodón:** Con el TLC quedo desgravado automáticamente el algodón que se importa a Colombia y se reexporta en prendas terminadas.

**Cotton USA:** Es el sello de calidad que avala los productos hechos con algodón estadounidense, esta empresa presta servicios de apoyo a las empresas que utilizan el algodón de los Estados Unidos, impartiendo programas educativos, los lleva EE UU y a su vez trae clientes con los cuales se puedan hacer nuevos negocios en Colombia (Cortés, 2013).

En las negociaciones del TLC con Estados Unidos se permitió conservar los incentivos de:

- **Plan Vallejo:** Los empresarios podrán importar materias primas de cualquier país con arancel cero para ser transformadas en Colombia y exportarlas (Proexport, 2012). Se debe recordar que la materia prima debe cumplir origen si se quiere acceder a los beneficios de cero arancel del TLC.
- **Zonas Francas:** La utilización de estas zonas para la exportación a Estados Unidos quedaron aprobadas de forma indefinida en el acuerdo.

**Maquinaria:** Es de gran importancia resaltar que en el tratado se incluyó un capítulo sobre importación de maquinaria, con la cual se puede dar un proceso de modernización en la industria, teniendo en cuenta aranceles más bajos para esta industria.

Hay una serie de beneficios externos al texto del tratado en los que los países buscan apoyar su industria y fomentar no sólo la promoción de los productos en el otro país sino también otros factores como la productividad de las empresas, el desarrollo de la marca, las normas y el etiquetado para exportación y otros puntos importantes a la hora de querer incursionar en otro mercado. Para el caso colombiano, el firmar un tratado de libre comercio con el país consumidor más grande y exigente de este lado del hemisferio, demanda de una preparación en diversos campos, es por esto que existen diferentes instituciones y alianzas para apoyar al empresario colombiano en este camino a la globalización de sus productos y de sus prácticas de manufactura. A continuación se nombran algunos programas que se han implementado en Colombia y algunos de ellos con sus respectivas páginas de internet en caso tal de que se quiera ahondar en información sobre cada uno de ellos:

- Semillero de exportación. (Zeiky, en alianza con proexport y las cámaras de comercio regionales): Busca formar a los empresarios en el tema de exportaciones, cómo dar los primeros pasos, un programa teórico para aprender lo básico del comercio exterior y el estudio de mercados internacionales. (Proexport Zeiky) . Se encuentra información básica y de fácil entendimiento para el empresario en la pagina <http://www.slideshare.net/redzeiky/zeiky-y-sus-servicios-2009-presentation>
- 
- Programas de productividad para las empresas del sector de prendas de vestir: Promovido por el clúster textil confección, las diferentes alcaldías y cámaras de comercio regionales, que buscan apoyar a las empresas con consultorías especializadas y personalizadas, con el fin de mejorar la competitividad por medio de la productividad, de

esta manera se busca poder acceder y competir en los mercados globales, así como de asegurar una buena tasa de empleo para la región. (Camara Comercio de Medellin)

- Programas de desarrollo en exportaciones y acceso a mercados: Comandado por proexport, con el fin de incentivar las exportaciones en las empresas y su estructura hacia la constante venta en los mercados internacionales, apoyando de esta manera, el crecimiento económico, la competitividad y el mejoramiento de la balanza comercial. (Proexport ) En este portal [www.proexport.com.co/exporte](http://www.proexport.com.co/exporte) se encuentra la información necesaria y de contacto en la cual cada empresario puede comenzar un proceso en este programa.
  
- Programa En planta: Programa de la Alcaldía de Medellín, operado y diseñado por el CTA (Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia), para la implementación de buenas prácticas de productividad operacional en la ciudad. Para ampliar esta información se puede consultar en la pagina <http://www.enplanta.com> (EnPlanta)
  
- Programa UNAD – BID – FOMIN de apoyo a las pymes para el acceso al mercado Norteamericano. En alianza entre la universidad nacional y el BID, este componente busca el apoyo técnico para fortalecer la capacidad exportadora de las PYMES y adecuación de sus productos para ajustarlos a los requerimientos exigidos en el mercado de los Estados Unidos. (UNAD)

#### **4. Conclusiones y recomendaciones**

Este documento aclara las dudas que se puedan tener respecto a exportar ropa interior masculina a los Estados Unidos, los beneficios que el tratado genera y la manera de cómo deben ser aprovechados; hay que tener muy en cuenta que además de tener claro las diferentes opciones que como empresarios se tienen para la exportación de ropa interior masculina, es importante conocer el mercado norteamericano y reconocer su exigencia, pensar en la diferenciación del producto, el diseño de las prendas, los materiales y la calidad de los mismos así como de su confección y empaque son elementos que deben ser tenidos en cuenta; las prendas de ropa interior colombiana están siendo reconocidas en diferentes países del mundo por su calidad y diseño y es de esta manera que se debe seguir profundizando y mejorando, ya que no basta únicamente con tener un TLC con los Estados Unidos y conocer la manera de aprovechar sus beneficios, hay que desarrollar productos con la creatividad y calidad que el mercado más competido del mundo puede apreciar y que los empresarios colombianos tienen la capacidad entregar.

Se recomienda además a los empresarios del sector, aprovechar las diferentes ayudas e incentivos que el Gobierno junto con entidades como la UNAD, el BID, Bancoldex, Proexport entre otras, ofrecen a las empresas con el fin, no sólo de acceder al mercado de los Estados Unidos sino a diversos programas; de productividad, etiquetado y empaque, desarrollo de marca, costos entre otros. El gobierno es consciente que con la firma de un TLC con un país como los Estados Unidos, se hace necesario apoyar la industria desde sus bases para que pueda a su vez

ser más competitiva, las cámaras de comercio regionales son de gran ayuda en la generación constante de programas de esta índole, aliadas con las diferentes Alcaldías; Proexport juega un papel importante en la formación exportadora para los empresarios como también en el acercamiento a los diferentes mercados, realizando macroruedas, ferias y visitas comerciales. El empresario debe buscar apoyo por parte de estas entidades, debe reconocer que la labor es conjunta entre las partes y que dispone de diferentes recursos estatales y no gubernamentales con el fin de consolidar sus bases y lograr competitividad en los mercados internacionales

El panorama para el mercado de ropa interior masculina es muy alentador para el empresario colombiano, este documento ha mostrado una serie de pasos que pueden llevar a una exportación a los Estados Unidos con arancel cero, es por ello que se recomienda a los empresarios del sector de prendas de vestir, puntualmente a aquellos que están relacionados con la producción y comercialización de ropa interior masculina y que tengan la intención ya sea a corto o largo plazo de exportar sus productos a Estados Unidos, que hagan un análisis exhaustivo de su empresa, en el caso puntual que le compete a este artículo, de los materiales usados actualmente para la fabricación de sus prendas y verifiquen si estos están acordes con los especificados en este documento, todo ello con el fin de lograr aprovechar las políticas de entrada a el mercado más apetecido del mundo con arancel cero, a su vez es importante identificar la oportunidad de compra de nuevos materiales que tengan beneficios con el TLC y permanecer informados, dado que es vital para este sector el momento en el que se dé luz verde en el tema de acumulación de origen extendido.

A pesar de los pro y contras que el TLC ha generado en los diversos sectores del país, sigue siendo una herramienta muy importante que abre un nuevo y muy apetecido camino al mercado colombiano. Estados Unidos es uno de los países con mayor potencial de compra del mundo, abierto a la entrada de nuevos mercados, diseños y productos, es por ello que este artículo pretendió mostrar a los empresarios del país en este caso del sector de ropa íntima masculina y que tienen potencial exportador, que hay diversas oportunidades para explotar con la firma del TLC, que es hora de ahondar en las empresas y aprovechar las ayudas y herramientas que se mostraron en este documento, que es posible ser competitivo en el mercado norteamericano, que el TLC es un reto que como Colombianos están en capacidad de afrontar. Finalmente queda como aprendizaje la necesidad de conocer muy bien la empresa, la capacidad de acoplarse al cambio, de buscar las oportunidades donde aparentemente solo se vislumbran amenazas. Estados Unidos es el mayor exportador del mundo, la pregunta es, ¿estás preparado y dispuesto a enfrentar este nuevo reto?

## **Referencias**

Botero, C. (2012) Tratado de libre comercio Colombia y Estados Unidos, retos y oportunidades. Inexmoda. Consultado el 9 de septiembre de 2013. Recuperado del sitio de internet Portal de exportaciones Colombia, Memorias "Oportunidades del TLC con Estados Unidos para el Sector Prendas de Vestir y Marroquinería"  
<http://www.colombiatrader.com.co/noticias/memorias-oportunidades-del-tlc-con-estados-unidos-para-el-sector-prendas-de-vestir-y-marroquiner%C3%AD>

Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. Clúster Textil/Confección, Diseño y Moda.

Consultado el 1 de noviembre de 2013. Recuperado de

<http://www.camaramedellin.com.co/site/Cluster-y-Competitividad/Comunidad-Cluster/Cluster-Textil-Confeccion-Diseno-y-Moda.aspx>

Cubas, B. (2012). USDA. Facilitando comercio: Sector textil confección. Consultado el 14 de Agosto de 2013. Recuperado del sitio de internet de Proexport Colombia. <http://tlc-eeuu.proexport.com.co/sites/default/files/Presentaci%C3%B3n%20Reglas%20de%20Origen%20Confecciones.pdf>.

DIAN. Consulta arancel: Descripción nomenclatura arancelaria. Consultado el 25 de Agosto de 2013. Recuperado de la página

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaPorTextoDescNomenclatura.faces>

EnPlanta. Programa EnPlanta. Consultado el 1 de Noviembre de 2013. Recuperado de

<http://www.enplanta.com/index.php/enplanta/nuestro-programa.html>

Euromonitor International. (2012). Passport. Underwear, Nightwear and Swimwear in The US.

Consultado el 8 de Agosto de 2013. Recuperado de

<http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.eafit.edu.co/Portal/Pages/Search/GeographyTreePage.aspx>

Euromonitor International.(2013). Passport. Underwear, Nightwear and Swimwear in Colombia.

Consultado el 8 de Agosto de 2013. Recuperado de

<http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.eafit.edu.co/Portal/Pages/Search/GeographyTreePage.aspx>

Maldonado, N. (2013, 02, 15). TLC con EE. UU. Impulsa importación de hilos textiles.

Periódico Portafolio. Consultado el 8 de octubre de 2013. Recuperado [http://](http://www.portafolio.co/economia/tlc-ee-uu-impulsa-importacion-hilos-textiles)

<http://www.portafolio.co/economia/tlc-ee-uu-impulsa-importacion-hilos-textiles>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo, oficina de Comunicaciones (2004). Las 100 preguntas del TLC. p.5. Consultado el 12 de agosto de 2013. Recuperado de la página <http://www.consuladodecolombiany.com/prensa/CartillaTLC.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. ATPDEA - Ley de Promoción de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de Drogas. Consultado el 25 de agosto de 2013. Tomado de <http://tlc-eeuu.proexport.com.co/abc-del-tlc/atpdea>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Estados Unidos de América. Consultado el 20 de agosto de 2013 Recuperado de <https://www.mincomercio.gov.co/tlc/publicaciones.php?id=14853>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Republica de Colombia. Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Estados Unidos de América. Texto Final del Acuerdo: Lista de desgravación, Bienes No agrícolas de Colombia. Consultado el 9 de agosto de 2013. Recupera do de <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=727>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Republica de Colombia. Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Estados Unidos de América. Texto Final del Acuerdo: Cronograma de desgravación. Consultado el 9 de agosto de 2013. Recuperado de [www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=1274](http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=1274)

Organización Mundial del comercio.(S.F.) Normas de origen. Información técnica sobre las normas de origen. Consultado el 27 de agosto de 2013. Recuperado de [http://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/roi\\_s/roi\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/tratop_s/roi_s/roi_s.htm)

Proexport Colombia. Capacitación Pymes Misión Dallas. Agosto de 2012. Consultado el 29 de Agosto de 2013. Recuperado de <http://www.slideshare.net/pasante/tramites-en-comercio-exterior-y-normas-origen-tlc-usa>

Proexport Colombia. El Abece del TLC Colombia Estados Unidos.(2012). Consultado el 24 de Julio de 2013. Recuperado de <http://www.proexport.com.co/sites/default/files/TLC%20EEUU.PDF>

Proexport Colombia. Exporte desde Colombia. Consultado el 1 de noviembre de 2013.

Recuperado de <http://www.proexport.com.co/exporte>

Proexport Colombia. Zeiky Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior. Consultado el 1 de noviembre de 2013. Recuperado de <http://www.slideshare.net/redzeiky/zeiky-y-sus-servicios-2009-presentation>

Quintero, L.F. (2012). Oportunidades del TLC con Estados Unidos para prendas de vestir, Proexport – Mincomercio, reglas y procedimientos de origen. Consultado el 28 de Septiembre de 2013. Recuperado del sitio de internet Portal de exportaciones Colombia, Memorias "Oportunidades del TLC con Estados Unidos para el Sector Prendas de Vestir y Marroquinería" <http://www.colombiatrader.com.co/noticias/memorias-oportunidades-del-tlc-con-estados-unidos-para-el-sector-prendas-de-vestir-y-marroquiner%C3%AD>

Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Pymes Exportadoras de Colombia. Consultado el 29 de Octubre de 2013. Tomado del sitio [http://www.unadpymexcol.org/index.php?option=com\\_content&view=category&id=39&Itemid=314](http://www.unadpymexcol.org/index.php?option=com_content&view=category&id=39&Itemid=314)

United States International Trade Commission. (2013). Official Harmonized Tariff Schedule. HTS 2013 Revision 1 by chapter (effective 2013-07-01). By Chapter, Harmonized Tariff Schedule of the United States. Chapters 61 and 62. Consultado el 1 de Septiembre de 2013. Recuperado de [http://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/\\_1301.htm](http://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/_1301.htm).

## **Anexos**

### **1. Esquema: TLC, Beneficios arancelarios , No arancelarios y Recomendaciones**

## TLC y sus beneficios arancelarios

- **Partidas arancelarias ropa interior masculina: 61.07.11.00, 61.07.12.00, 61.07.19.00, 62.07.11.00, 62.07.19.00**
- Regla de origen “*del Hilado Hacia Adelante*” (yarn forward). El hilado y la tela deben ser de la región del TLC, pero su composición puede ser :
  - Nylon: México, Israel, Canadá, Colombia o USA, de las siguientes partidas: 54.02.10.30, 54.02.10.60, 54.02.31.30, 54.02.31.60, 54.02.32.30, 54.02.32.60, 54.02.41.10, 54.02.41.90, 54.02.51.00, 54.02.61.00.
  - Elastano: únicamente de Estados Unidos o Colombia
  - Algodón: Estados Unidos o Colombia
  - Poliéster: Estados Unidos o Colombia
  - Rayón Viscosa: cualquier parte del mundo en subpartidas: 551011 – 540823 – 540824 – 540822 – 540339
  - Solo hilos de coser del Cap. 55.08, podrán venir de terceros países
  - Elástico: subpartidas 5806 y 6002, exclusivo de Colombia o U.S.A.
  - Confecciones del Cap. 61 (tejido de punto) y 62 (plano): Tejidos de seda, lino, especiales e impregnados, podrán venir de terceros países
  - Fibras naturales, sintéticas, rayón y acrílico (55.01 a 55.07), pueden venir de terceros países
- Regla de Minimis: permite hilazas/filamentos de terceros países sin exceder el 10% del peso total de la prenda. Se excluyen elastoméricos
- **Acumulación de origen extendida:** posibilidad a futuro de acceder a insumos de países con los cuales EE.UU. tiene TLC en América, (CAFTA-DR, Chile, Perú, Panamá, NAFTA).

## Beneficios adicionales

- **Importaciones de Algodón:** desgravado automáticamente .
- **Cotton USA:** presta servicios de apoyo a las empresas que utilizan el algodón de los Estados Unidos, imparte programas educativos, los lleva EE UU y a su vez trae clientes potenciales.
- Se conservan los incentivos de plan Vallejo y Zonas Francas
- **Maquinaria:** importación con aranceles más bajos para esta industria.
- Existen diferentes instituciones y alianzas para apoyar al empresario. Se destacan programas como:
  - Semillero de exportación.
  - Programas de productividad para las empresas del sector de prendas de vestir, promovido por el clúster textil confección, alcaldías y cámaras de comercio.
  - Programas de desarrollo en exportaciones. Promovido por el clúster textil confección, cámaras de comercio y alcaldías.
  - Programa En planta: Programa de la Alcaldía de Medellín, operado por El Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia
  - Programa UNAD– BID – FOMIN de apoyo a las pymes para el acceso al mercado Norteamericano.

## Recomendaciones

- Es importante conocer el mercado norteamericano y sus exigencias, pensar en la diferenciación del producto, el diseño de las prendas, los materiales y la calidad, así como de su confección y empaque. Se sugiere desarrollar productos con la creatividad y calidad que el mercado más competido del mundo puede apreciar y que los empresarios colombianos tienen la capacidad de entregar.
- Se recomienda a los empresarios del sector de prendas de vestir, que están relacionados con la producción y comercialización de ropa interior masculina y que tengan la intención de exportar sus productos a Estados Unidos, que hagan un análisis exhaustivo de los materiales usados actualmente para la fabricación de sus prendas y verifiquen si estos están acordes con los especificados de origen, y así aprovechar las políticas de entrada a el mercado más apetecido del mundo con arancel cero.
- Se propone buscar la oportunidad de compra de nuevos materiales que tengan beneficios con el TLC
- Permanecer informados, es vital para el momento en el que se dé luz verde a la acumulación de origen extendida.
- Se recomienda aprovechar las ayudas e incentivos que el Gobierno junto con entidades como la UNAD, el BID, Bancoldex, Proexport y cámaras de comercio regionales ofrecen para el fortalecimiento de acceso a nuevos mercados