

**METODOLOGIA Y GUIA PARA LA EXPORTACIÓN DE HAMACAS  
COLOMBIANAS TRADICIONALES HACIA EL MERCADO DE BARCELONA –  
ESPAÑA**

**HANNIA KATHEREEN GONZALEZ DEL RIO**

**CARLOS GUILLERMO SANCHEZ CHICA**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**MINOR EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**CARTAGENA DE INDIAS**

**2005**

**METODOLOGIA Y GUIA PARA LA EXPORTACIÓN DE HAMACAS  
COLOMBIANAS TRADICIONALES HACIA EL MERCADO DE BARCELONA –  
ESPAÑA**

**HANNIA KATHEREEN GONZALEZ DEL RIO**

**CARLOS GUILLERMO SANCHEZ CHICA**

**Presentada para optar al título de Administrador de Empresas y Profesional  
en Finanzas y Negocios Internacionales con énfasis en Minor en Negocios  
Internacionales**

**Asesor**

**Raúl Acosta Meza**

**Economista**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**MINOR EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**CARTAGENA DE INDIAS**

**2005**

Cartagena de Indias, 1 de Noviembre de 2005

Señores

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR**  
**Dirección de investigaciones de la UTB**  
**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**  
Ciudad,

Apreciados Señores:

Por medio de la presente manifiesto que he aceptado la solicitud del estudiante CARLOS GUILLERMO SANCHEZ CHICA Cod. 0216014 y HANNIA KATHEREEN GONZALEZ DEL RIO para ser su asesor en la investigación que se encuentra adelantando en calidad de trabajo de grado, la cual lleva por nombre: **METODOLOGIA Y GUIA PARA LA EXPORTACIÓN DE HAMACAS COLOMBIANAS TRADICIONALES HACIA EL MERCADO DE BARCELONA – ESPAÑA**

Agradecemos de antemano la atención prestada a la presente.

Atentamente,

---

**RAUL ACOSTA MEZA**  
**Economista**

Cartagena de Indias, 1 de Noviembre de 2005

Señores

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR**

Dirección de Investigaciones de la UTB

Ciudad

Cordial Saludo,

De la manera más atenta me dirijo a ustedes, con el propósito de solicitar la revisión y evaluación del trabajo de grado que entrego anexo a la presente y que lleva el siguiente título: **METODOLOGIA Y GUIA PARA LA EXPORTACIÓN DE HAMACAS COLOMBIANAS TRADICIONALES HACIA EL MERCADO DE BARCELONA – ESPAÑA**

Agradezco anticipadamente la atención prestada, así como los aportes que puedan hacer y que contribuyan a desarrollar la presente propuesta de investigación.

Atentamente,

---

**HANNIA KATHEREEN GONZALEZ DEL RIO**

Administración de Empresas

0111453

Cartagena de Indias, 1 de Noviembre de 2005

Señores

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR**

Dirección de Investigaciones de la UTB

Ciudad

Cordial Saludo,

De la manera más atenta me dirijo a ustedes, con el propósito de solicitar la revisión y evaluación de trabajo de grado que entrego anexo a la presente y que lleva el siguiente título: **METODOLOGIA Y GUIA PARA LA EXPORTACIÓN DE HAMACAS COLOMBIANAS TRADICIONALES HACIA EL MERCADO DE BARCELONA – ESPAÑA**

Agradezco anticipadamente la atención prestada, así como los aportes que puedan hacer y que contribuyan a desarrollar la presente propuesta de investigación.

Atentamente,

---

**CARLOS GUILLERMO SANCHEZ CHICA**

Finanzas y negocios internacionales

0216014

## **AUTORIZACIÓN**

**Cartagena de Indias, D. T. y C.**

**Yo, HANNIA KATHEREEN GONZALEZ DEL RIO identificada con número de cédula 45.524.946 de Cartagena, autorizo a la Universidad Tecnológica de Bolívar para hacer uso de mi trabajo de grado y publicarlo en el catálogo online de la Biblioteca.**

---

**HANNIA KATHEREEN GONZALEZ DEL RIO**

## **AUTORIZACIÓN**

**Cartagena de Indias, D. T. y C.**

**Yo, CARLOS GUILLERMO SANCHEZ CHICA identificado con número de cédula 73.210.788 de Cartagena, autorizo a la Universidad Tecnológica de Bolívar para hacer uso de mi trabajo de grado y publicarlo en el catálogo online de la Biblioteca.**

---

**CARLOS GUILLERMO SANCHEZ CHICA**

## RESUMEN

**1. Título:** Metodología y guía para la exportación de hamacas colombianas tradicionales hacia el mercado de Barcelona – España

**2. Autores:** Hannia Kathereen González del Río, Carlos Guillermo Sánchez Chica

**3. Objetivo General:** Desarrollar una propuesta metodológica y guía para la exportación a Barcelona (España) que sirva como base para futuros negocios de los fabricantes de hamacas en la costa caribe colombiana

**4. Síntesis de Metodología:** Se recolectó información relacionada con los métodos de producción, materiales, elaboración, técnicas y diseños de las hamacas por medio de visitas realizadas a los diferentes productores de hamacas de la región, también se obtuvo por artículos encontrados en la biblioteca del Banco de la República y escritos pertinentes al tema. Una fuente importante para la información relacionada con la distribución, logística y características de España fue la del uso de las páginas web nacionales e internacionales donde fueron encontrados artículos, leyes y estudios de mercado que nos facilitaron la investigación. Otra fuente importante de información en cuanto formas de pago, seguros de transporte y parte de la logística fueron los módulos desarrollados en el transcurso del Minor en negocios internacionales de 2005.

**5. Síntesis de resultados:** El país de España con ciudad destino Barcelona es un mercado potencial para la exportación de hamacas debido a su costumbre importadora su buena estabilidad económica, alta capacidad de compra de sus habitantes y una cultura cosmopolita abierta a la compra de productos artísticos y mas que todo provenientes de países latinoamericanos como el nuestro.

Existen convenios vigentes entre el país de España y Colombia como lo es el SGP Andino el cual permite que el producto de las hamacas tenga grandes beneficios como el de un cero arancel, como también no existen barreras no arancelarias, normas técnicas y regulaciones que impidan el ingreso de las hamacas al mercado español.

Existen condiciones de transporte favorables para la exportación del producto, navieras con gran cantidad de afluencia en los puertos de la región caribe. Barcelona posee uno de los puertos mas importantes de España así como su aeropuerto es el segundo de ese país en cuanto a tráfico de pasajeros, también el segundo aeropuerto de Europa en crecimiento de tráfico, grandes distribuidoras locales, almacenes de cadena importantes, los llamados hipercentros que facilitan la exposición del producto a un mayor volumen de personas.

**6. Síntesis de conclusiones:** La producción de hamacas en Colombia está ubicada principalmente en tres regiones, los llanos orientales, la región Andina y la región Caribe Colombiana esta ultima con una importante participación en la producción nacional. Dentro la región Caribe Colombiana el departamento de Bolívar representa el mayor porcentaje de la producción en esta región. Tomando ventaja de lo siguiente y teniendo en cuenta de que la expansión hacia otros mercados es importante y beneficiosa para el artesano local, España en especial la ciudad de Barcelona es una ciudad que se puede tomar como mercado potencial para la exportación del producto por su gran estabilidad social y económica, su cultura abierta a la compra de productos artísticos como los de nuestra región, la no existencia de barreras arancelarias y no arancelarias que impidan el ingreso de este producto, acuerdos que favorecen a las exportaciones, una gran red de puertos y fácil distribución del producto desde nuestra región hacia su destino. Todas estas razones la convierten en una buena opción que nuestros artesanos de la región caribe pueden tomar en cuenta a la hora de expandir sus mercados con una visión global.

**7. Asesor:** Raúl Acosta Meza

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	
0 Propuesta de investigación	17
0.1 Identificación del problema	17
0.2. Objetivos	19
0.2.1 General	19
0.2.2 Específicos	19
0.3 Justificación	19
0.4 Antecedentes de investigación	20
0.5 Metodología de trabajo	21
0.6 Logros esperados	21
1. CARACTERÍSTICAS DEL PAÍS DESTINO	22
1.1 Generalidades de España	22
1.2 Comercio exterior de España	25
1.3 Comercio Bilateral Colombia – España	26
1.3.1 Importaciones desde España	26
1.3.2 Exportaciones hacia España	29
1.4 Características De Barcelona como Ciudad Destino	31
2. PERFIL NEGOCIADOR	32
2.1 Viajes de negocios	33
2.2 Proceso de inmigración de los empresarios	33
2.2.1 Visa de Negocios	33
2.2.2 Pasaporte	34
2.2.3 Tramites de solicitudes y Tipos de visados	34

3. CONDICIONES PARA LA EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO	36
3.1 Sistema Generalizado de Preferencias Andino - SGP Andino	36
3.1.1 Prórroga del SGP Andino	38
3.1.2 El nuevo SGP: SGP plus	39
3.1.2.1 Países beneficiarios del SGP plus	40
3.1.2.2 Principales productos beneficiados con cero arancel	40
3.1.3 Normas de origen	41
3.1.4 Definición del origen	41
3.1.5 Acumulación regional del origen	42
3.1.6 Elemento del país donante	42
3.1.7 Medidas de control	42
3.2 Anti-dumping	43
3.3 Licencias de importación	43
3.4 Normas Técnicas	43
3.5 Estándares de Calidad Europeos	44
3.6 Estandarización	45
3.7 Salud y Seguridad	46
3.8 Medio Ambiente	46
3.9 Estándares para la gerencia medioambiental	46
3.10 Derechos de propiedad intelectual	47
3.11 Regulaciones sobre materias colorantes utilizadas en teñido de textiles	48
3.11.1 Cueros y confecciones	48
3.11.2 Regulaciones en materia de seguridad y medio ambiente	48
3.11.2.1 Ámbito de aplicación	49
3.11.2.2 Niveles máximos permitidos de colorantes azoicos	49
3.12 Etiquetado	50
4. DESCRIPCION DEL PRODUCTO A EXPORTAR	52
4.1 Producto	52

4.2 Materiales para la elaboración del producto	54
4.2.1 Titulo	54
4.2.2 Piola o pita	54
4.2.3 Pieza central de la hamaca	54
4.2.4 Tejido plano	54
4.2.5 Urdimbre o hechado	54
4.2.6 Trama o Tejedura	54
4.2.7 Orillo	54
4.2.8 Efecto cara de urdimbre	54
4.2.9 Telar	55
4.2.10 Cadeneta	55
4.2.11 Cabeza	55
4.2.12 Hicos	55
4.2.13 Empitada o Encabezada	55
4.2.14 Madejas	55
4.2.15 Cabezote	55
4.2.16 Paletuada	55
4.2.17 Paleta	56
4.2.18 Tejido Plano	56
4.3 Clasificación	56
4.3.1 Según La Densidad De Hilos	56
4.3.2 Según El Diseño	56
4.4 Requisitos generales	57
4.4.1 Otras Características	58
4.5 Toma de muestras y criterio de aceptación o rechazo	59
4.5.1 Toma De Muestras	59
4.5.2 Criterio De Aceptación O Rechazo	59
4.6 Ensayos	59
4.6.1 Determinación de la longitud y el ancho de la tela	59
4.6.2 Aparatos para el ensayo	59

4.6.3 Procedimiento	59
4.6.4 Expresión de los resultados	60
4.6.5 Composición de la tela	60
4.6.6 Determinación de la densidad del tejido	60
4.7 Empaque y etiquetado	61
4.7.1 Empaque	61
4.7.2 Rotulado	61
4.8 Indicaciones complementarias	61
4.8.1 Instrucciones De Lavado	61
4.8.2 Empaque Y Almacenamiento	62
4.8.3 Instrucciones para el uso	62
5. LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN	64
5.1 Tramites que debe cumplir el exportador	65
5.1.1 Registros	65
5.1.1.1 Persona Natural o Jurídica	65
5.1.1.2 Registro como exportador	65
5.1.2 Inscripción en el registro productor nacional, oferta exportable y	65
5.1.3 Solicitud del visto bueno	66
5.1.4 Documentos que acompañan la mercancía	66
5.1.4.1 Factura Comercial	66
5.1.4.2 Certificado de Origen	66
5.1.4.3 Documento de Exportación DEX	67
5.1.4.4 Documento de Embarque	67
5.1.5 Procedimientos aduaneros	67
5.1.5.1 Registro del DEX en la aduana para tramitar el embarque	67
5.1.5.2 Reconocimiento de la mercancía	67
5.1.5.3 Conocimiento del embarque	68
5.1.5.4 Declaración definitiva del embarque	68
5.2 Pasos posteriores a la exportación	68

5.2.1 Cobranzas con el banco intermediario	68
5.2.2 Declaración de cambio	68
5.2.3 Reintegro de divisas	68
5.3 Condiciones generales de acceso	68
5.3.1 Alternativas marítimas	69
5.3.1.1 Puerto de Barcelona	69
5.3.1.2 Servicios y tarifas	69
5.3.2 Alternativas aéreas	73
5.3.2.1 Aeropuerto de Barcelona	73
5.4 Seguro de transporte	75
5.4.1. Principios básicos del seguro de transporte	75
5.4.2 Principales modalidades de seguro	76
5.4.3 Parámetros del costo de seguro	77
5.4.4 Factores objetivos	77
5.4.5 Factores subjetivos	78
5.4.6. Documentos	78
5.4.7. Póliza	78
5.4.8. Certificado de seguro	79
5.4.9. Coberturas del seguro	79
5.4.9.1 Cobertura Mínima	80
5.4.9.2 Falta de Entrega	80
5.4.9.3 Avería Particular	80
5.4.9.4 Saqueo	80
5.4.9.5 Otros Riesgos Asegurables	80
5.4.9.6 Riesgos No Asegurables	81
5.4.10 Vigencia	81
5.4.11 Valor asegurable	81
5.4.12 Obligaciones del asegurado	81
5.4.13 Reclamaciones	82
5.5 Otros aspectos importantes para la logística	82

5.5.1 Muestras Sin Valor Comercial	82
5.5.2 Transporte de muestras sin valor comercial	84
6 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	85
6.1 Distribución	85
6.2 Técnicas Mercadeo	86
6.2.1 Publicidad	86
6.2.2 Propaganda	86
6.2.3 Venta personal	87
7. FORMAS DE PAGO	88
7.1 Crédito Documentario	88
7.1.1. De importación	89
7.1.2. De exportación	89
7.1.3. Domésticos	89
7.2 Giro Directo	89
7.3 Giro Bancario	90
7.4 Reintegro de las divisas y régimen cambiario	91
8. CONCLUSIONES	
BIBLIOGRAFIA	
ANEXOS	

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Perfil país España	25
Tabla 2. Balanza comercial de España con el resto del mundo	26
Tabla 3. Principales compradores de España 2004	28
Tabla 4. Balanza Comercial Colombia / España.	30
Tabla 5. Líneas marítimas de Cartagena /Colombia Barcelona/ España.	71
Tabla 6 Tarifas de referencias	72

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A Balanza comercial	97
ANEXO B Principales proveedores de las importaciones 2004	97
ANEXO C Comercio bilateral Colombia/España	98
ANEXO D Distribuidoras de Barcelona	98
ANEXO E Centros comerciales de Barcelona	100
ANEXO F Medios televisivos de Barcelona	102

## INTRODUCCION

En los últimos años ha surgido un gran auge por lo autóctono y lo artesanal en Colombia y el mundo. Los productos hechos a mano por los artesanos latinoamericanos gozan de gran demanda en sus propios mercados así como en el exterior. Nuestro país no es la excepción ya que somos ricos en cultura y creatividad a la hora de lo artesanal. I

Una de las regiones que se caracteriza por el folclor y la cultura de nuestro país es la región caribe donde la hamaca es tan popular y normal como una cama o un sofá. A pesar de ser la región que más se identifica con este producto nos encontramos de último lugar en las cifras de exportación de hamacas hacia el exterior, lo que quiere decir que no estamos aprovechando nuestra capacidad productiva y creativa de nuestra región para expandirnos hacia otros mercados y así generar más ganancias y reconocimiento en el exterior.

Entre los países que han hecho importaciones de este producto se encuentra España con una sólida economía y PIB percapita de US\$ 22,974 y una población de 43, 197,684 es un mercado meta bastante atractivo para el tipo de producto que se desea exportar. Otra ventaja de la escogencia de este país es los acuerdos que tiene Colombia con la Unión europea a la cual España pertenece, donde por medio del llamado SGP Andino (sistema general de preferencias) productos como el nuestro que pertenecen a los textiles pueden entrar con cero arancel a este país lo que genera mayor competitividad y reducción de costos que nos dan ventaja ante la posible competencia. No existen ningunas restricciones, barreras arancelarias y normas técnicas que afecten la exportación del producto.

Por consiguiente consideramos que el plan exportador de las hamacas tradicionales hacia el país de España nos ofrece ciertas ventajas que en general ayudan a que un productor de hamaca nacional que nunca a realizado una exportación encuentren esta guía como una herramienta que le facilite el proceso de internacionalización del producto.

## **0 PROPUESTA DE INVESTIGACION**

### **0.1 Identificación del problema**

En los últimos años ha habido un gran auge de exportación de productos artesanales de nuestro país hacia el extranjero, estos difieren de las demás artesanías de países latinoamericanos muy parecidas a las nuestras en la calidad y en la reputación que han ganado nuestros productos artesanales a nivel internacional; como vemos en las muchas campañas publicitarias, y en el incremento de pymes artesanales en los últimos años. Uno de estos productos de elaboración artesanal son las Hamacas típicas, de colores vivos muy apetecidas en los mercados europeos y anglosajones.

La hamaca viene de tiempos milenarios, su elaboración es todo un arte, el cual se transmite de generación en generación; tejida manualmente en telar vertical e hilaza generalmente de algodón, que finaliza en cabeza trenzada en forma de hicos, a lado y lado de la pieza central de la hamaca. El tiempo requerido para elaborar una hamaca depende en ocasiones del tamaño de la misma y de los colores; cuando los colores se mezclan se necesita más cuidado y dedicación para lograr un producto estéticamente bello, su elaboración y entrega dura aproximadamente 20 días calendario. De todas las regiones en las cuales se elaboran hamacas en nuestro país decidimos escoger la región de la costa caribe para incentivar las exportaciones de este producto ya que nos encontramos (según cifras de proexport) en el último lugar en materia de exportación de hamacas a nivel nacional.

El plan de exportación se decide hacer hacia el país de España específicamente a la ciudad de Barcelona. España posee una población de 43, 197,684 de Habitantes con un PIB per cápita de US\$: 22,974.00 y entre los países consultados en PROEXPORT como principales importadores de hamacas califica

entre los mejores puestos y además posee ciudades y climas donde nuestro producto podría ser aceptado. Barcelona se caracteriza por su alta densidad de población la cual es de 17.500 hab. /km<sup>2</sup>, se encuentra al noreste de España, es la capital de la provincia de Barcelona y de la comunidad autónoma de Cataluña. Está situada a orillas del mar Mediterráneo, en una llanura costera de unos 5 Km. de anchura limitada al este por el mar, al oeste por la sierra de Collserola y al sur y al norte por la desembocadura de los ríos Llobregat y Besòs, respectivamente. En cuanto a la frecuencia del transporte marítimo hacia esta ciudad el tiempo máximo de tránsito de las líneas marítimas en promedio esta en 24 días.

Además es una de las ciudades más importantes del país, con un gran peso en la economía española, y muy cosmopolita. Su puerto, uno de los mayores del Mediterráneo, constituyó el núcleo a partir del cual se desarrolló esta gran metrópoli. Actualmente Colombia se encuentra en la prórroga del SPG (Sistema Generalizado de Preferencias Andino) el cual abarca el período entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2005, esto significa que seguiremos manteniendo nuestras preferencias comerciales al amparo de dicho régimen. Este Programa consiste en una rebaja del 100% del gravamen aduanero para casi el 90% de las exportaciones provenientes de los países amparados en el sistema, entre ellos Colombia.

Entre los productos más favorecidos por el SPG Andino, se encuentran los Textiles categoría en la cual se encuentra nuestro producto siendo esta una razón importante para exportar ya que tendríamos ventaja competitiva en nuestros precios además de la calidad y reconocimiento mundial de los productos artesanales Colombianos como lo mencionamos anteriormente.

## **0.2 Objetivos**

### **0.2.1 General:**

Desarrollar una propuesta metodológica y guía para la exportación a Barcelona (España) que sirva como base para futuros negocios de los fabricantes de hamacas en la costa caribe colombiana

### **0.2.2 Específicos:**

- Conocer las condiciones de las relaciones económicas entre Colombia y España, acuerdos comerciales y tratados existentes con el fin de establecer ventajas a la hora de exportar nuestro producto a ese país.

-Determinar las condiciones en que se encuentra el sistema productivo de hamacas de la costa caribe colombiana con el fin de determinar la capacidad de producción y el nivel de competitividad del sector

-Determinar las especificaciones del producto para dar a conocer el proceso de elaboración.

-Determinar la ruta de comercialización de las Hamacas hacia el mercado de Barcelona.

## **0.3 Justificación**

El propósito de la elaboración de esta investigación se debe a que actualmente los productores de hamacas de la región caribe se encuentran en último lugar en materia de exportación de hamacas a nivel nacional (según cifras de proexport), con esto buscamos incentivar a el numero de exportaciones de este producto en nuestra región.

Escogimos como destino el país de España debido a que el mercado de hamacas en ese país no se encuentra saturado y a la vez califica como uno de los países que mas ha importado este producto en los últimos años.

#### **0.4 Antecedentes de investigación**

Las exportaciones colombianas totales hacia España han registrado un comportamiento variable en los últimos años, presentando un crecimiento promedio anual del 16.1%, al pasar de US\$ 139.7 millones en el 2001 a US\$ 195.3, millones en el último año. Sin embargo para el 2003 disminuyeron las ventas de productos colombianos a España en un 5.2% frente al año anterior debido a una importante reducción de las exportaciones tradicionales (17,9%), mientras que las no tradicionales aumentaron ese año.

En el 2004 vemos que se recuperaron las exportaciones tradicionales aumentando considerablemente, pero lo importante de este análisis es que mientras las exportaciones tradicionales aumentaban y disminuían en los últimos años, las no tradicionales han venido aumentando con cifras del año 2002 a US\$ 68, 324,235 millones al año 2004 con US\$ 99, 927,034 millones.

Hablando de manera mas especifica las exportaciones de Hamacas por parte de Colombia al mercado Español en el año del 2003 fueron a precios FOB de US\$ 133 miles de dólares con una participación del 5.93% del total de exportaciones de este producto.

Actualmente la mayoría de las artesanía colombianas incluyendo las hamacas son destinadas hacia los Estados Unidos y Puerto Rico. En cuanto a Material escrito encontramos como antecedente al nuestro una monografía con el titulo “plan exportador de hamacas artesanales a Winnipeg-Canadá por parte de hammocks & things

## **0.5 Metodología de trabajo**

### **Etapa I Características del producto**

Para definir las características del producto se recolectara información relacionada con los métodos de producción, materiales, elaboración, técnicas y diseños de las hamacas. Para recolectar esta información será necesario visitar a los principales productores de hamacas en la región Caribe, realizar entrevistas, observar los procesos de elaboración y materiales empleados en la producción del producto.

### **Etapa II Característica del país Destino.**

Será necesario recolectar información secundaria en páginas Web, embajadas y consulados de tal manera que se puedan identificar las características socioculturales y económicas de España. También será necesario conocer los parámetros que exige el país para la compra e importación del producto en el mercado Español.

### **Etapa III Ruta de comercialización**

Para determinar la ruta de comercialización que facilite el transporte del producto desde la zona de producción hasta el mercado de destino se consultara en las páginas dedicadas a facilitar información logística y financiera de los procesos como proexport, también en compañías de transporte interno, Sociedad Portuaria de Cartagena y también se solicitara asesoría en SIAS, agentes navieros de carga y personas con conocimientos en el área de distribución física internacional.

## **0.6 Logros esperados**

Esperamos obtener un documento monográfico en el cual se registre todo el proceso de elaboración del producto, logística y distribución física de las Hamacas de la Región Caribe Colombiana que sirva como guía y base para las exportaciones de este producto hacia el mercado de Barcelona – España.

Además establecer las rutas y la manera como llegan a Barcelona y como se comercializará

## **1. CARACTERÍSTICAS DEL PAÍS DESTINO**

Después de haber seleccionado a España como mercado objetivo es importante entra a estudiar las características específicas del país, sus aspectos físicos, socioeconómicos, políticos, culturales también detallar claramente su economía, balanza comercial y relaciones que ha tenido y posee actualmente con Colombia y así reconocer las ventajas de exportar nuestro producto hacia este destino.

### **1.1 Generalidades de España**

España (nombre oficial, Reino de España) es una monarquía constitucional de Europa suroccidental que ocupa la mayor parte de la península Ibérica, limita al norte con el mar Cantábrico, Francia y Andorra; al este con el mar Mediterráneo; al sur con el mar Mediterráneo y el océano Atlántico y al oeste con Portugal y el océano Atlántico. La dependencia británica de Gibraltar está situada en el extremo meridional de España.

Las islas Baleares en el Mediterráneo y las islas Canarias en el océano Atlántico, frente a las costas del Sahara Occidental y Marruecos, constituyen las dos comunidades autónomas insulares de España. También son parte integrante del Estado español, aunque estén situadas en territorio africano, las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, así como tres grupos de islas cerca de África: el Peñón de Vélez de la Gomera y las islas de Alhucemas y Chafarinas. La extensión de España, incluidos los territorios africanos e insulares, es de 505.990 km<sup>2</sup>. Madrid es la capital y la principal ciudad del país.

La población de España en 1991 era de 38.872.268 habitantes (censo de 1991); en 2002 la población estimada alcanzaba los 40.077.100 habitantes, con una densidad media de unos 79 hab. /km<sup>2</sup>. La población se ha ido haciendo cada vez más urbana y en la actualidad más del 78% de ella vive en ciudades y pueblos grandes.

España ocupa el 85% de la península Ibérica y está rodeada de agua por casi el 88% de su perímetro; su costa mediterránea mide unos 1.660 Km. de largo y la atlántica unos 710 km. La amplia y continua cadena montañosa de los Pirineos, que se extiende a lo largo de 435 Km. desde el golfo de Vizcaya hasta el mar Mediterráneo, forma frontera natural con Francia, al norte; en el extremo sur, el estrecho de Gibraltar que mide 12 Km. separa la península y el norte de África.

El clima de España es predominantemente mediterráneo, especialmente en la costa mediterránea y Baleares. Se caracteriza por inviernos templados, salvo en el interior o las montañas, y veranos muy calurosos, con precipitaciones por lo general insuficientes, aunque las características físicas variadas del país determinan diferencias climáticas pronunciadas. La mayor parte de España recibe menos de 610 mm de precipitaciones anuales; las regiones montañosas del norte y centro son más húmedas. En la zona centro, el invierno es muy frío, mientras que las temperaturas durante el verano se pueden elevar hasta superar los 40 °C.

La población española es mayoritariamente católica. El país se divide en 13 provincias eclesiásticas (sedes metropolitanas) y 2 arzobispados autónomos que comprenden 67 diócesis territoriales y una personal (castrense). Con anterioridad a la restauración democrática, el catolicismo era la religión oficial del Estado, pero la Constitución de 1978 estableció la confesionalidad del mismo y la libertad religiosa. Hay pequeñas comunidades de protestantes, judíos y musulmanes.

Las ciudades principales de España son La capital y principal ciudad de España es Madrid (población en 1999, 2.879.052 habitantes), que también es la capital de la comunidad autónoma de Madrid. La segunda ciudad en tamaño, mayor puerto y centro comercial es **Barcelona** (1.503.451 habitantes), capital de la provincia de Barcelona y de la comunidad autónoma de Cataluña. Otras ciudades importantes son Valencia (739.412 habitantes), capital de la provincia de Valencia y de la Comunidad Valenciana, un centro industrial y ferroviario; Sevilla (701.927 habitantes), capital de la provincia de Sevilla y de la comunidad autónoma de Andalucía, un destacado destino turístico; Zaragoza (603.370 habitantes), capital de la provincia de Zaragoza y de la comunidad autónoma de Aragón, otro centro industrial y de comunicaciones; Málaga (528.079 habitantes), capital de la turística Costa del Sol; y Bilbao (357.590 habitantes), puerto muy activo y capital de la provincia de Vizcaya.

La economía española presentó un buen comportamiento en el año 2004, el PIB mostró un crecimiento de 3,1%, manteniendo un periodo extenso de crecimiento. En el 2004, la inflación se situó en 3%, afectada por el alto precio del petróleo a nivel mundial. La demanda interna también aumentó durante el 2004 y se situó en 4,6%, superando el nivel registrado en el 2003 de 3,7%; así mismo, el empleo mostró un crecimiento de 2,7% sobrepasando al esperado para ese año.

La tasa de cambio del euro con respecto al dólar aumentó desde 1,23 US\$/€ en diciembre del 2003 a 1,34 US\$/€ en el mismo mes del año 2004, mostrando una devaluación del dólar, esto le restó competitividad a los países de la zona euro con respecto a Estados Unidos. En el primer semestre del año 2005 la tendencia se ha revertido puesto que el 1 de julio de 2005 la tasa de cambio fue de 1,19 US\$/€, y para finales de este año se espera que continúe esta situación debido a los problemas políticos en el proceso de integración europea y al mayor crecimiento de la economía de Estados Unidos. El déficit por cuenta corriente en España en 2004 fue del 5% del PIB.

La siguiente tabla muestra los datos generales del perfil del país de España como lo son su capital, PIB percapita, religión entre otros que son cifras e información básica de las características de un país para el mejor entendimiento y conocimiento del mismo.

**TABLA 1. Perfil país España**

<b>Capital:</b>	MADRID
<b>Población:</b>	43, 197,684 Habitantes.
<b>Idioma:</b>	Español
<b>Tipo de Gobierno:</b>	MONARQUIA PARLAMENTARIA. REY: Juan Carlos I, PRESIDENTE: José Luís Rodríguez Zapatero (2004-2008)
<b>Religión:</b>	CATOLICOS 99%. OTROS 1%
<b>Moneda:</b>	EURO
<b>PIB:</b>	
<b>Tasa de Devaluación %:</b>	-8.20
<b>Cambio de la moneda X US\$:</b>	0.81
<b>Desempleo %:</b>	10.80
<b>Inflación %:</b>	3.00

*Fuente proexport cifras 2004.*

## 1.2 Comercio exterior de España

Las exportaciones e importaciones de bienes y servicios de un país constituyen el flujo de comercio internacional de dicho país y el saldo total del mismo se establece a través de la balanza de pagos y en lo referente al comercio de mercarías, este es representado por la balanza comercial.

Con respecto a la balanza comercial de España con el resto del mundo, se puede observar que entre los años 2002 y 2004, tanto las exportaciones como las importaciones han tenido un significativo crecimiento, aunque las importaciones son mayores que las exportaciones, creando un déficit en la balanza comercial de este país, el incremento de las importaciones de España, puede ser potencialmente favorable para Colombia, dado que esto refleja una apertura de dicho hacia el resto del mundo. Ver tabla 2.

**TABLA 2 Balanza Comercial de España con resto del mundo.**

<b>Comercio Exterior</b>	<b>2002 (US\$)</b>	<b>2003 (US\$)</b>	<b>2004 (US\$)</b>
EXPORTACIONES	125,598,625,90 2	155,610,993,18 0	182,356,888,37 2
IMPORTACIONES	165,013,393,21 1	207,866,092,31 7	257,974,559,43 3
<b>BALANZA COMERCIAL</b>	<b>-39,414,767,309</b>	<b>-52,255,099,137</b>	<b>-75,617,671,061</b>

***Fuente: Proexport cifras 2004***

### **1.3 Comercio Bilateral Colombia – España**

#### **1.3.1 Importaciones desde España**

Para el año 2004 las importaciones desde España mostraron un crecimiento del 1,5% respecto al año anterior, alcanzando los US\$ 246.7 millones, sin embargo están todavía por debajo del nivel alcanzado en el 2002 que fue de US\$ 256.8 millones. Las importaciones desde España son en su mayoría productos del

sector industrial, que representó en el 2004 el 94,9% del total de importaciones, mientras que la importación de productos primarios representó el 4,6%.

En la importación de bienes industriales se destaca la participación de la industria básica con 35,5% del total importado, donde se encuentran la química básica (22,5%), la metalurgia (8,2%) y el papel (4,7%); el sector maquinaria y equipo representó el 27,3% de las importaciones totales y la industria liviana el 21,4%, donde las editoriales con 6% de participación y los textiles con 3,2% fueron los más destacados. Entre la industria automotriz y los agroindustriales participaron con el 10,7% del total de importaciones. Dentro de las importaciones industriales disminuyeron frente al 2003, las de la industria liviana (-5.4%) principalmente por la caída en las importaciones de los productos de plástico en (-22%), también cayeron las compras de la industria automotriz en (-8.3%). Otros sectores crecieron frente al 2003, como los agroindustriales (11.4%) y los productos de la química básica en (8.5%).

Para el periodo que comprende de Enero a Marzo del año 2005 las importaciones Colombianas desde España crecieron en 21,7% con respecto al mismo periodo del año anterior y alcanzaron un valor de US\$ 67.2 millones. Estas se caracterizaron por ser en su mayoría importaciones de productos industriales que alcanzaron el 95,3% de participación del total de importaciones y crecieron en 21,3% con respecto al mismo periodo del año 2004. La importación de productos primarios representó el 4,7% del total y aumentó en 32,7% con respecto al mismo periodo del año anterior.

En la tabla 3 se muestran los principales compradores de España en el año 2004, representando Colombia el puesto once con una participación del 0,15% y un total en valor CIF de US\$ 278, 529,00.

**TABLA 3. Principales compradores de España - 2004**

País	Valor CIF	Particip.
	(US\$)	(%)
FRANCIA	34,352,184,449	18.84
ALEMANIA	20,745,581,234	11.38
PORTUGAL	17,138,277,435	9.40
REINO UNIDO	16,009,178,398	8.78
ITALIA	15,994,804,678	8.77
ESTADOS UNIDOS	7,143,194,941	3.92
HOLANDA (PAISES BAJOS)	5,975,661,181	3.28
BÉLGICA	5,357,017,667	2.94
TURQUIA	3,174,868,850	1.74
MÉXICO	2,777,925,177	1.52
<b>COLOMBIA</b>	<b>278,529,001</b>	<b>0.15</b>
OTROS PAISES	53,409,665,362	29.29
<b>TOTAL EXPORTACIONES</b>	<b>182,356,888,373</b>	<b>100</b>

**Fuente: Proexport cifras 2004**

### **1.3.2 Exportaciones hacia España**

Las exportaciones totales colombianas hacia España en el 2004 alcanzaron un valor de US\$ 212 millones, con una variación de 7,5% respecto al 2003. Este incremento se vio favorecido por las ventas de los productos industriales que tuvieron un crecimiento del 56,7% y pasaron de representar el 21,9% de las exportaciones totales en el 2003 a 31,9% en el 2004. Las exportaciones de los productos primarios mostraron una reducción de 6,3% en el año 2004 comparado con el 2003, pasando a representar 78% del total exportado a 68% durante dichos años. Entre las exportaciones de productos primarios se destacan el ferróniquel con una participación del 26,6% del total y un crecimiento de 39,9% respecto al año 2003. Así mismo, son importantes las exportaciones de productos como el carbón con una participación de (16,4%), café (8,7%), camarones (8,2%) y flores (4,2%). El petróleo que en el 2002 representaba el 28% de las exportaciones totales no se exporta desde el 2003 a España. Con excepción del ferróniquel, los principales productos primarios han disminuido sus valores de exportación. Entre estos tenemos productos como el café con una variación negativa de 4,4% con respecto al 2003, carbón (-35,4%) y camarones (-19,1%).

Para el periodo de Enero – Marzo de 2005 las exportaciones Colombianas hacia España llegaron a los US\$ 82 millones, aumentando en 73% con respecto al mismo periodo del año 2004.

Entre las exportaciones tradicionales en este periodo sumaron US\$ 47 millones, aumentando en valor un 83% frente a igual periodo del año anterior, aumento superior al registrado en peso el cual fue del 49%.

Las exportaciones no tradicionales en el periodo de Enero – Marzo de 2005 sumaron US\$ 34 millones, presentando un crecimiento de 62% frente a 2003. Vale anotar que este crecimiento fue bastante superior al crecimiento del total de las

exportaciones no tradicionales de 28.9% y del crecimiento de las exportaciones no tradicionales a la Unión Europea de 18.7%.

En la tabla 4, se explica desde un punto de vista general el total de exportaciones de Colombia hacia España, que en cifras FOB alcanzaron en el 2004 US \$209,533,510. Las exportaciones tradicionales fueron por valor de US \$ 109,606,476 y las no tradicionales, entre las cuales se clasifican e incluyen las hamacas, presentaron un valor de US \$ 99,927,034. El total de Importaciones Colombianas desde España alcanzaron en el 2004, valores CIF por un total de US \$ 258,846, 019.

**TABLA 4. Balanza comercial Colombia –España**

<b>Intercambio Bilateral</b>	<b>2002 (US\$)</b>	<b>2003 (US\$)</b>	<b>2004 (US\$)</b>
EXPORTACIONES TOTALES FOB COLOMBIANAS HACIA ESPAÑA	206,100,549	196,890,769	209,533,510
Exportaciones Tradicionales	137,776,314	113,678,857	109,606,476
Exportaciones No Tradicionales	68,324,235	83,211,912	99,927,034
IMPORTACIONES CIF COLOMBIANAS DESDE ESPAÑA	260,381,116	255,461,664	258,846,019
<b>BALANZA BILATERAL</b>	<b>-54,280,567</b>	<b>-58,570,895</b>	<b>-49,312,509</b>

**Fuente proexport cifras de 2004**

## **1.4 Características de Barcelona como Ciudad Destino**

Se escogió a la ciudad de Barcelona como ciudad destino, debido a que se caracteriza por su alta densidad de población la cual es de 17.500 hab./km<sup>2</sup>, se encuentra al noreste de España, es la capital de la provincia de Barcelona y de la comunidad autónoma de Cataluña. Está situada a orillas del mar Mediterráneo, en una llanura costera de unos 5 Km. de anchura limitada al este por el mar, al oeste por la sierra de Collserola y al sur y al norte por la desembocadura de los ríos Llobregat y Besòs, respectivamente. En cuanto a la frecuencia del transporte marítimo hacia esta ciudad el tiempo máximo de tránsito de las líneas marítimas en promedio esta en 24 días. Dispone de aeropuerto internacional (Prat de Llobregat).

Además es una de las ciudades más importantes del país, con un gran peso en la economía española, y muy cosmopolita. Su puerto, uno de los mayores del Mediterráneo, constituyó el núcleo a partir del cual se desarrolló esta gran metrópoli.

Barcelona, por sus característicos de puerto, es una ciudad muy abierta a la contacto con otras culturas y expresiones de las mismas, tanto en su producción industrial como en su producción tradicional y artesanal, potencialmente es demandante de bienes exóticos o típicos de otras regiones y culturas, siendo los procedentes de países latinoamericanos bastante apreciados y entre ellos los colombianos.

Dado las razones antes mencionadas y debido a su carácter pluricultural, acogedora, innovadora y diversa, se decidió tomarla como ciudad destino en España para la exportación de las hamacas tradicionales.

## 2. PERFIL NEGOCIADOR

Lo que motiva a negociar es la necesidad de buscar soluciones por existencias de desacuerdos aspirando a tener algo mejor que lo actual para así capturar y generar valor a mi producto. Conocer a la contraparte es esencial a la hora de negociar, se deben conocer las costumbres culturales y los hábitos para usarlos en beneficio propio y crear un ambiente en el cual la contraparte suda con mayor facilidad a las demandas que se deseen plantear, pero de tal manera que no exista una situación de gana / pierde si no un gana / gana creando una base de confianza en la contraparte y asegurar futuras negociaciones en que los beneficios sean mutuos. A continuación explicaremos las costumbres y hábitos de los españoles a la hora de negociar, así como instrucciones de los procesos de inmigración de los empresarios hacia España.

- ✓ A los españoles les importa sobre todo las relaciones personales y le restan importancia a los contactos a través de teléfono o fax.
- ✓ Los españoles no van al punto, sino que les gusta que se deduzca la idea de la conversación
- ✓ No les gusta regatear sobre el precio y aunque siempre quieren obtener ganancias, no les gusta hablar de ello.
- ✓ Las tarjetas de presentación se intercambian al final de las reuniones
- ✓ La toma de decisiones es lenta y poco se dejan llevar por la intuición y tomar riesgos.
- ✓ El honor es un aspecto importante
- ✓ La modestia y comprensión son altamente valorados
- ✓ El almuerzo y la siesta se hacen entre la 1:30 y 5:30 p.m. La comida se toma después de las 10 p.m.
- ✓ Dejar comida en los platos es un insulto.
- ✓ Las Dalias y crisantemos se asocian con la muerte. No se deben entregar ramos de 13 flores.

## **2.1 Viajes de negocios**

Para concretar los negocios, uno de los aspectos importantes, es el contacto personal entre las partes, para lo cual se realizan los viajes de negocios al país y ciudad donde se encuentra la demanda potencial, con el fin de establecer los tratos y condiciones para la realización de las transacciones comerciales.

Para desarrollar lo anterior, se debe considerar los horarios de trabajo, periodos de vacaciones y festivos que se contemplan en las legislaciones y tradiciones de los países, para el caso de este trabajo, se identifican los referentes a España.

En cuanto a horario de trabajo se tienen establecido el siguiente:

Horas laborales 9 a.m. a 6 p.m.

Bancos: 8:30 a.m. a 2:30 p.m. de lunes a viernes.

Vacaciones en agosto y diciembre.

Con relación a los días festivos son considerados:

Los festivos oficiales son el 1 y 6 de enero, marzo 19, 6 y 7 de abril, mayo 1, Agosto 15, octubre 12, noviembre 1, diciembre 6, 8, 25.

## **2.2 Proceso de inmigración de los empresarios**

### **2.2.1 Visa de Negocios**

Actualmente se requiere de Visa para ingresar a este país por disposición de la U.E. desde el primero de abril de 2001, tanto para viajes de Turismo o de Negocios. El plazo máximo de estadía sin visa son 3 meses.

EL Visado es Requerido por todos, excepto los ciudadanos de los siguientes países: Países de la Unión Europea ,Andorra, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, México,

Nicaragua, Panamá, Paraguay, República Dominicana, Uruguay y Venezuela, siempre que no vayan a permanecer en Suecia más de 3 meses. La validez de la visa es de 1 a 90 días.

En 1999 entró en vigor el Acuerdo de Schengen por el cual se abolían las fronteras físicas entre los estados firmantes. Actualmente son parte del acuerdo: Alemania, Austria, Bélgica, España, Francia, Grecia, Italia, Luxemburgo, los Países Bajos y Portugal. Finlandia y Suecia han firmado el acuerdo pero no lo empezarán a aplicar hasta, por lo menos, el 1 de marzo del 2001. Noruega e Islandia, aunque no son miembros de la Unión Europea, han firmado un acuerdo de cooperación y también empezarán a aplicarlo a partir del mes de marzo del 2001. Los aeropuertos de estos países tienen una terminal especial para los ciudadanos de la zona Schengen. Los nacionales de cualquier otro país del mundo que quieran viajar por estos países y necesiten visado, deberán solicitar un *Visado para la Zona Schengen*.

**2.2.2 Pasaporte:** Todo el mundo necesitará pasaporte excepto:

- ✓ Ciudadanos de países de la Unión Europea que estén en posesión de un documento nacional de identidad válido.
- ✓ Ciudadanos de Dinamarca, Finlandia, Islandia y Noruega, que tengan documentos de viaje para desplazarse por estos países.
- ✓ Ciudadanos de Liechtenstein y Suiza que estén en posesión de un documento nacional de identidad válido.
- ✓

### **2.2.3 Tramites de solicitudes y Tipos de visados**

Todos los tramites deben realizarse en el Consulado o la Sección Consular de la Embajada de España.

Los Requisitos de la solicitud son los siguientes:

- ✓ Pasaporte o documentos de viaje oficiales válidos
- ✓ El formulario de la solicitud cumplimentado.
- ✓ 1 fotografía de tamaño pasaporte.
- ✓ Pago de la tasa.
- ✓ Carta de la compañía donde se trabaje o del centro educativo donde se estudie.
- ✓ Carta de invitación de una empresa o amigo español para visados de negocios o de visitas particulares.
- ✓ Si se tramita por correo, un sobre franqueado con la dirección escrita del solicitante, para el envío del pasaporte.

El Tiempo de tramitación para dar respuesta a dicha solicitud: Se encuentra entre 2 y 8 semanas.

Se expiden diferentes tipos de visas a distintos precios, entre los cuales están: *Ordinario* (Turista/Particular/Negocios): 4.500 pesetas. *Tránsito*: 2.500 pesetas. Los familiares directos de ciudadanos de la Unión Europea pueden recibir visados gratis.

Para el Permiso de residencia por favor Consultar con el Consulado o Embajada.

### **3. CONDICIONES PARA LA EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO**

Debido a que el país elegido para realizar la exportación se encuentra en la comunidad europea, existen ciertas ventajas a la hora de exportar como es el caso del sistema generalizado de preferencias de la Unión Europea para con los países andinos **SGP Andino**<sup>1</sup> , en el cual Colombia se encuentra cobijado y que posteriormente fue prorrogado y elaborado el SGP –plus. Cabe recalcar que entre los productos con mayores ventajas para la exportación bajo este marco de preferencias se encuentran los textiles y por ende nuestro producto encaja en esta clasificación arrojando una reducción en los costos de exportación y por ende mayor competitividad en el mercado. En los siguientes textos se explicará con más detalle de que trata este sistema de preferencias, cuando fue formado, los productos con mayores beneficios y hasta donde se extiende la prórroga presentada para este año.

#### **3.1 Sistema Generalizado de Preferencias Andino - SGP Andino**

El SGP Andino es un programa especial por medio del cual la Unión Europea (UE) profundiza las preferencias arancelarias concedidas dentro del marco del SGP, para los países miembros de la CAN y Centroamérica, como respaldo al esfuerzo que hacen estos países en la lucha contra el narcotráfico, además incluye a Pakistán. Este compromiso es de carácter unilateral, no recíproco, ni discriminatorio, por lo que los países que lo otorgan pueden decidir qué productos incluir y excluir, y fijar además los requisitos que deben cumplir para acceder a sus beneficios. El Programa consiste en una rebaja del 100% del gravamen aduanero para casi el 90% de las exportaciones provenientes de los países antes mencionados y busca con ello conceder oportunidades de exportación que

---

<sup>1</sup><http://www.proexport.com.co/intelelexport/aplicacion/frames.asp?origenadmin=infopaisadmin>

favorezcan los cultivos de sustitución. El SGP Andino entró en vigor el 1 de enero de 1991 por un período de cuatro años, hasta el 31 de Diciembre de 1994, cuando la Comunidad Europea presentó un nuevo esquema “pluri-anual” para el SGP, por un período de diez años (1995-2004), en el que se incluyó además a Venezuela. El Programa incluyó a partir de 1999 a los países centroamericanos (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá). Luego de cumplir con el período 1999-2001, la prórroga de las preferencias otorgadas en el SGP Andino fue aprobada por medio del Reglamento (CE) No. 2501/2001 del Consejo del 10 de Diciembre de 2001, relativo a la aplicación de un sistema de preferencias arancelarias generalizadas para el período comprendido entre el 1 de enero de 2002 y el 31 de diciembre de 2004 a los países centroamericanos y a los de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), en la cual Colombia esta presente.

En esta última prórroga se incluyó a Pakistán dentro del grupo que recibe el tratamiento preferencial, dado que este país afronta también problemas de producción de cultivos ilícitos similares a los países andinos y ha hecho esfuerzos en los últimos años para su erradicación, a cambio de lo cual se beneficiará de la eliminación de aranceles para sus exportaciones de textiles. El programa no incluirá a ningún otro país durante los próximos tres años.

Entre los productos más favorecidos por el SPG Andino, se destacan:

- 1) Productos alimenticios: Café crudo o verde sin descafeinar, pescados, crustáceos y moluscos.
- 2) Productos manufacturados: **Textiles** y confecciones, cueros y sus manufacturas, calzado y sus partes componentes, tabaco.
- 3) Productos procesados: Frutas secas, concentrados de frutas, jugos de frutas, encurtidos, conservas de frutas y verduras, palmitos en conserva, aceites vegetales.

### **3.1.1 Prórroga del SGP Andino**

La medida, propuesta inicialmente por la Comisión Europea, fue adoptada el 18 de noviembre durante una reunión del Comité del SGP y fue confirmada el 15 de diciembre del 2004 por el Consejo de la Unión Europea.

Además de la prórroga del SGP, que abarca el período entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2005, la decisión establece que los países en desarrollo, que suplan menos del 1% de las importaciones totales efectuadas por la Unión Europea en el marco del SGP, no serán sometidos a la graduación. Lo anterior significa que esos países seguirán manteniendo intactas sus preferencias comerciales al amparo de dicho régimen. Adicionalmente, la propuesta también restablece las preferencias para aquellos países que tengan sectores "graduados", si están por debajo del nuevo umbral establecido.

Según las evaluaciones del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y su Oficina Comercial en Bruselas, la medida permite que las exportaciones de Colombia a la UE no puedan ser graduadas a partir de enero de 2005. Las ventas de nuestro país cumplen con la nueva norma que establece que los países beneficiarios cuyas importaciones a la Comunidad durante al menos uno de tres años representen menos del 1% del total de las importaciones comunitarias de productos cubiertos por el SGP, estarán exentos de la graduación.

Además, bajo esta propuesta, a nuestro país se le reestablecen las preferencias en el denominado sector V, que incluye flores, frutas y hortalizas, los cuales fueron "graduados", es decir están pagando aranceles desde el 1º. De noviembre del 2004 año. Dicho restablecimiento de preferencias tuvo lugar el 1º de enero de 2005.

### **3.1.2 El nuevo SGP: SGP plus Reglamento (ce) No.980/2005**

El nuevo SGP deber ser estable, previsible, objetivo y simple. Se reduce el número de regímenes de cinco a tres. Se definen nuevos incentivos para fomentar el desarrollo sostenible y la buena gobernanza. Fomenta la cooperación regional entre los países en desarrollo y los diferentes regímenes del SGP ce concentrarán en los países que más lo necesitan.

Expedido mediante el Reglamento (CE) No.980/2005, rige a partir del 1º de julio de 2005 y su primera fase para evaluación será hasta el 31 de diciembre de 2008. El SGP Plus entró en vigor el 1 de julio de 2005, reemplazando el SGP Andino.

#### Contempla tres sistemas de preferenciales:

- El General SGP
- El SGP Plus
- El régimen en beneficio de los Países Menos Adelantados (PMA).

#### Acceso a nuevos productos

- Acceso a nuevos miembros
- Transferencia de ciertos productos clasificados como sensibles a la categoría de no sensibles
- Mantenimiento o ampliación de preferencias
- Enfoque en países más necesitados
- Propuesta de un SGP simplificado
- Hacer la graduación más transparente
- Evaluación de criterios para fomentar el desarrollo sostenible y buen gobierno

Mejorar las reglas de origen, simplificándolas y reconsiderando el concepto de origen acumulativo (Para fomentar los procesos de integración entre bloques regionales). Se mantienen los beneficios y de esta manera 7.200 partidas

arancelarias podrán entrar sin aranceles a la Unión Europea. Los beneficios del SGP Plus son mayores a los SGP Droga.

### **3.1.2.1 Países beneficiarios del SGP plus**

Países andinos (5): Bolivia, **Colombia**, Ecuador, Perú, Venezuela.

Países centroamericanos (6): Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá.

Otros países que acceden por primera vez (3): - Georgia, Sri Lanka, Mongolia.

Para los productos sensibles la preferencia se circunscribe a un descuento de (3.5%) y para el caso de productos de las sección XI, el descuento es de (20%). Para los productos no sensibles, salvo por los componentes agrícolas, el arancel queda suspendido en su totalidad.

### **3.1.2.2 Principales productos beneficiados con cero arancel**

Flores, frutas tropicales, plátano hortaliza, mandarinas (que estaban gravadas en el régimen droga), cebollas, puerros, coles, coliflores, repollos y las ensaladas de verduras.

Camarón (3,6%), atún, y en general productos de la pesca, extractos de café, café descafeinado, tostado, molido y liofilizado, aceite de palma, tabaco, cacao, jugos de frutas.

Cueros y pieles (liberalizados), bolsos de mano, calzado, **Textiles** (en donde se encuentran incluidas las hamacas), confecciones, lencería, ropa interior, terciopelo y medias pantalón.

Polímeros, polipropileno, vidrio templado, herbicidas, peces ornamentales, alimentos para perros y gatos.

Aproximadamente el 63% de las exportaciones colombianas a la UE están totalmente liberadas por NMF o SGP General, entre ellas: carbón, café y ferróniquel (exportaciones tradicionales).

Aproximadamente el 17% de las exportaciones colombianas a la UE se benefician del SGP Plus, casi todas con cero arancel. -El 20% restante se encuentra gravado, pero de este porcentaje, el 18% corresponde al banano. Entonces, el 80% del total de nuestras exportaciones están liberadas en el mercado europeo.

Los PEDs (países en desarrollo) con necesidades especiales de desarrollo que cumplan con las principales convenciones internacionales sobre derechos sociales, protección ambiental y buen gobierno, incluida la lucha antidroga y que contengan mecanismos de evaluación, podrán beneficiarse del SGP Plus. Pero a la vez, existe la revocatoria cuando los mecanismos de evaluación de los organismos internacionales revelen serias fallas sistémicas (por ejemplo, incumplimiento reiterado y grave) por parte del beneficiario.

### **3.1.3 Normas de origen**

Para poder acceder a los beneficios del SGP es imprescindible cumplir con las normas relativas al origen de los productos las cuales están reglamentadas por la comisión de acuerdo con lo estipulado en la sección de origen del comité del código aduanero.

### **3.1.4 Definición del origen**

La definición del origen de los productos es importante cuando dos o varios países han intervenido en la fabricación de un producto. En este caso, el país de donde sale la mercancía hacia la Unión Europea sólo puede beneficiarse del SPG si la transformación que se efectuó allí es suficiente para conferirle el origen. La transformación se considera suficiente si dio lugar a un cambio de partida en el Sistema Armonizado entre la materia importada y el producto acabado.

### **3.1.5 Acumulación regional del origen**

Para determinar el origen de un producto fabricado en un país del Grupo Andino, se consideran como originarios de ese país los insumos o productos utilizados en su fabricación que hayan sido producidos en cualquiera de los demás países del Grupo. Estas disposiciones pretenden fomentar la integración regional de las economías de los países en vías de desarrollo y se aplican a la ASEAN, al Grupo Andino y al Mercado Común de América Central.

### **3.1.6 Elemento del país donante**

Norma que se adoptó en 1995 y que permite considerar las materias o componentes originarios de la Unión Europea como si fueran originarios del país beneficiario que los transforma. Permite fomentar la cooperación industrial entre las empresas de la Unión y las de los países beneficiarios, especialmente la formación de empresas conjuntas abastecidas por importaciones procedentes de la Unión.

### **3.1.7 Medidas de control**

Las medidas de control del origen se basan en la cooperación administrativa entre las autoridades aduaneras de los países beneficiarios y de la comunidad.

Consideran el "Certificado de Origen Forma A", como el documento garante del origen y que sirve como mecanismo de control y de verificación.

### **3.2 Anti-dumping**

Los gravámenes anti-dumping son impuestos aplicados a productos importados, vendidos en la UE a un precio inferior al de su mercado de origen. Cuando la industria local quede perjudicada por el producto importado, ésta podrá presentar una queja en Bruselas. Si la investigación establece la validez de la queja, se procederá a la aplicación del impuesto anti-dumping, en virtud del artículo 113 del Tratado de la UE. Estos gravámenes se podrán imponer con un plazo de aviso muy breve. Se aconseja a los exportadores informarse si existe algún gravamen de este tipo, o hay alguna investigación en marcha al respecto, previo a la exportación. Los gravámenes anti-dumping están especialmente relacionados con el sector de la alta tecnología, así como para las importaciones de productos en hierro y acero, productos electrónicos y productos químicos, para ciertos orígenes.

### **3.3 Licencias de importación**

Esta podrá ser exigida para productos sensibles y estratégicos como textiles (de acuerdo con las normas del Acuerdo Multifibras AMF), productos de acero, carbón y carbón de coque y armas. La concesión de las licencias de importación normalmente no suele entrañar dificultad y su solicitud corre a cargo del importador. Si el producto pertenece a la categoría del AMF y está sujeto a cupos, el exportador tendrá que facilitar al importador una licencia o certificado de exportación, a fin de que el último pueda solicitar la licencia de importación (doble sistema de control).

### **3.4 Normas Técnicas**

Se aplican los siguientes controles: Control de Calidad a la Importación (CONCAL), Inspección Sanitaria de Importación (SANIM), Inspección Fitosanitaria

(FITIN), Inspección Veterinaria de Importación (VETER), (CITES) Convención Internacional que regula el comercio de Especies de Flora y Fauna en vías de Extinción.

A pesar de la liberación del comercio, el acceso al mercado europeo puede hacerse más difícil debido a la rápida proliferación de reglamentación en el área de seguridad, salud, calidad y medio ambiente. La nueva reglamentación tiene grandes repercusiones en las posibilidades de venta de los productos de los países en desarrollo y países en transición, en el mercado de la UE. Dentro de éstas reglamentaciones se encuentran:

- 1) La Marca de la CE.
- 2) La Responsabilidad del producto.
- 3) ISO 9000.
- 4) Reglamentación relativa al Medio Ambiente.
- 5) Etiquetado de Comercio Justo.

### **3.5 Estándares de Calidad Europeos**

En Europa existe cada vez más, mayores regulaciones en el campo de la seguridad salud, calidad y medio ambiente. El objetivo actual y futuro del mercado Europeo, es lograr el bienestar del consumidor, y cualquier producto que cumpla con los requisitos mínimos de calidad, tiene libertad de movimiento dentro de la Unión Europea, pero debido a la cada vez mayor importancia que tiene la calidad dentro de la Unión Europea, aquellos productos, que cumplan, los más altos estándares de Calidad, tendrán preferencia por parte de los consumidores.

Los exportadores que deseen entrar al mercado Europeo, deben estar actualizados en los estrictos y cada vez mayores requerimientos de calidad por parte de la Unión Europea.

Algunos de estos requisitos se encuentran contemplados bajo la norma ISO 9000 (aplicable al establecimiento y control de un sistema de calidad) o la ISO 14000 (aplicable al cuidado del medio ambiente), son algunas de las normas ISO, que poseen las organizaciones o empresas Europeas, conscientes que el mercado demanda cada vez más, productos o servicios con las especificaciones y nivel de calidad esperados.

Los sistemas de calidad ISO, cubren las áreas de compra, materias primas, diseño, planeación, producción, tiempo de entrega, empaque, garantía, presentación, mercadeo, instrucciones de uso, servicio posventa, etc. y por lo tanto se espera que sus proveedores, se encuentren igualmente dentro de un sistema de control de calidad para su producción y despachos. El nuevo modelo ISO 9000, Serie 2000, es una mezcla del modelo de Michael Porter y el EFQM (European Foundation of Quality Management), donde se comienza con la normalización de la forma como la organización identifica las necesidades de sus clientes y termina con la evaluación de si el cliente realmente esta satisfecho con el producto o servicio.

Otras exigencias de la Unión Europea, son la GMP: "Good Manufacturer Process", que certifica que en el proceso administrativo de la organización, y en sus sistemas de control, se desarrollan y usan "checklists" que garantizan el correcto funcionamiento de estas áreas, y el TQM que es un sistema integrado de calidad, para todas las funciones y actividades dentro de la organización.

### **3.6 Estandarización**

La estandarización ha tenido un nuevo significado, desde que la UE ha comenzado un proceso de armonización de los estándares (para reemplazar las diferencias entre los países de la UE), ligado a la legislación europea para asegurar la salud y seguridad de los consumidores.

CENELEC, CEN y ETSI, son los 3 organismos europeos de estandarización, los cuales elaboran los Estándares Europeos (Normas EN) para sectores específicos.

### **3.7 Salud y Seguridad**

Con la nueva directiva de seguridad en los productos, se busca que solamente los productos que cumplan con las normas de salud y seguridad puedan circular en la UE.

### **3.8 Medio Ambiente**

La preocupación creciente por la preservación y protección medioambiental ha obligado a la UE a establecer nuevas normas en esta área.

Uno de los fundamentos de la política medioambiental de la UE son los tratados globales, en particular la Agenda 21 del Acuerdo de Río de Janeiro y "El Quinto Programa de Acción sobre Medio Ambiente"(1993-2000) donde se pone el énfasis en buscar soluciones en la raíz de los problemas medioambientales. Dentro de la lista de productos afectados, se encuentran los productos alimentarios frescos, alimentos elaborados, químicos, productos farmacéuticos, productos de piel, productos de madera, textiles y confecciones, productos eléctricos y mecánicos y productos minerales. Áreas especialmente sensibles, son los niveles de residuos de los pesticidas, los aditivos alimentarios, presencia de metales pesados y de contaminantes, el uso de químicos, las maderas tropicales duras, la contaminación del aire y el agotamiento de recursos no renovables.

### **3.9 Estándares para la gerencia medioambiental**

Los Estándares para la Gerencia del medio ambiente, le da a los fabricantes y exportadores la oportunidad de demostrar que el proceso de fabricación se realiza

con conciencia medioambiental. Actualmente el estándar más reconocido es el ISO 14000 para los países en vías de desarrollo.

### **3.10 Derechos de propiedad intelectual**

La propiedad industrial en España, salvo raras excepciones, se rige bajo el principio registral, que viene a significar que no se tiene derecho alguno sobre una invención o un signo distintivo si no se obtiene previamente su registro. En España, a diferencia, por ejemplo, de los Estados Unidos, está en vigor el sistema "first to file": los derechos prioritarios corresponden al primero que solicita el registro; es decir, el uso no da, salvo en el supuesto de marcas notoriamente conocidas, derecho alguno frente a terceros<sup>1</sup>.

Así mismo, en el sistema registral rige el principio de territorialidad, que implica que únicamente se obtiene protección en aquellos países en que la marca o patente esté registrada. En el resto, en principio, podrán ser utilizadas libremente por terceros ya que se entiende que son de dominio público. La pertenencia de España a la Unión Europea ha provocado, asimismo, que el legislador español haya seguido las pautas marcadas por las Directivas Comunitarias en materia de propiedad industrial y que, por tanto, la legislación española se encuentre en consonancia con la del resto de los países europeos.

Entre los convenios de propiedad industrial más importantes, ratificados por España, se encuentran los siguientes:

- Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Industrial relacionados con el Comercio, Anexo I C del acuerdo por el que se establece la Organización Mundial de Comercio
- Convenio de París
- Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT)

- Convenio de Munich sobre la Patente Europea de 1973
- Arreglo de Madrid
- Protocolo de Madrid

Existen otro t3pico de regulaciones que afectan el ingreso de determinados productos al mercado de la Uni3n Europea, las cuales son importantes mencionar debido a que se refieren a algunas regulaciones en materia de los colorantes utilizados en los textiles y las medidas necesarias que pide el pa3s de Espa3a para que se pueda exportar este tipo de productos textiles, entre los cuales se incluyen las hamacas.

### **3.11 Regulaciones sobre materias colorantes utilizadas en te3ido de textiles**

#### **3.11.1 Cueros y confecciones**

En ciertos mercados est3 cobrando relevancia los aspectos relacionados con la seguridad del consumidor, as3 como la protecci3n del ambiente, especialmente en la Uni3n Europea. A continuaci3n se presentan algunos aspectos que el exportador de prendas de vestir a la Uni3n Europea deber3 tomar en consideraci3n, adicional al etiquetado, medidas de protecci3n a la salud y seguridad de los consumidores de este tipo de mercanc3as.

#### **3.11.2 Regulaciones en materia de seguridad y medio ambiente**

La Directiva 76/769/CEE del Consejo, limita la comercializaci3n y el uso de determinadas sustancias y preparados peligrosos (colorantes azoicos), disposiciones en vigor a partir del 11 de septiembre de 2003.

Uno de los objetivos de esta directiva es la protecci3n de la salud y seguridad de los consumidores de art3culos y prendas de vestir, entre otros. Lo anterior, en virtud de que se ha determinado que este tipo de productos que contienen determinados tintes azoicos, adem3s de un efecto negativo sobre el medio

ambiente, tienen la capacidad para liberar determinadas arilaminas, que pueden ser cancerígenas.

Se prohíbe el uso de colorantes azoicos peligrosos utilizados en el teñido de productos textiles y artículos de cuero. Asimismo, la puesta en el mercado comunitario de estos productos, que hubieran sido teñidos con cierto tipo de colorantes azoicos que no cumplan con lo dispuesto en la referida directiva.

### **3.11.2.1 Ámbito de aplicación**

Lo dispuesto en esta directiva aplica a todo producto textil y artículos de cuero que puedan entrar en contacto directo y prolongado con la piel humana o cavidad bucal. A la lista de productos que se incluye en el Anexo I de la Directiva 76/769/CEE, se agregan los siguientes:

- ✓ Prendas, ropa de cama, toallas, postizos, pelucas, sombreros, pañales y otros artículos sanitarios, sacos de dormir
- ✓ Calzado, guantes, correas de reloj, bolsos, monederos, billeteras, maletines, fundas para sillas.
- ✓ Juguetes de tejido o de cuero y los que contengan accesorios de tejido o de cuero.
- ✓ Hilados y tejidos a ser usados por el consumidor final

### **3.11.2.2 Niveles máximos permitidos de colorantes azoicos**

Para productos textiles y artículos de cuero fabricados con materia prima nueva, se establece un límite de tintes azoicos, que mediante fragmentación reductora de uno o más azoicos, pueda liberar una o más de las aminas aromáticas indicadas en el apéndice de la directiva, en concentraciones detectables, o sea, superiores a 30 partes por millón (ppm), en artículos acabados o en las partes teñidas de los

mismos. El límite aplica a aminas individuales y no a la suma, es decir, se permite la presencia de cada amina en un producto textil o artículo de cuero hasta 30 ppm.

En los productos textiles fabricados a partir de fibras recicladas, debe aplicarse una concentración máxima de 70 ppm para las aminas enumeradas ppm para las aminas enumeradas en el punto 43 del apéndice de la Directiva 76/769/CE, durante un período transitorio que expira el 1 de enero de 2005, si las aminas son liberadas por residuos procedentes del teñido anterior de las mismas fibras, lo que permitirá el reciclado de productos textiles, con las consiguientes ventajas de carácter general para el ambiente.

### **3.12 Etiquetado**

La regulación Europea en empaque, se basa en la Norma EU directive 94/62/EC, donde se establece las normas de empaque para los diferentes productos.

Para los exportadores, es muy importante considerar el tipo de transporte que utilizará y ver la normatividad al respecto, donde para el caso de los contenedores en la Unión Europea, deben venir cajas en pallets de 80 x 120 euro pallet / 100 x 120 ó 110 x 110 drum pallet.

Para el año 2000, los países miembros de la unión Europea, a excepción de Irlanda, Portugal y Grecia, esperan reciclar entre el 50% y 65%, de los empaques. También se busca reducir la presencia de Metales pesados como plomo, cadmio, mercurio y cromo de 600 ppm en 1998 a 100 ppm en el 2001.

Con la norma EU Directive 89/395/EEG, se busca armonizar las regulaciones de Etiquetado que son numerosos y varían de producto a producto. La responsabilidad por el marcado y etiquetado de los productos recae en el importador, que debe informar claramente al exportador sobre todas las regulaciones a cumplir, y se debe acordar con el importador o mayorista, todos los

detalles de etiquetado, ya que ellos cuentan con la información relacionada a los requerimientos legales.

## **4. DESCRIPCION DEL PRODUCTO A EXPORTAR**

### **4.1 Producto**

Posición arancelaria: 5608900000

Nombre común: Hamaca

LAS DEMAS REDES DE MALLAS ANUDADAS, EN PADO EN PIEZA FABRICADAS CON CORDELES, CUERDAS O CORDAJES, DEMAS REDES CONFECCIONADAS PARA LA PESCA Y DEMAS REDES CONFECCIONADAS DE MATERIA TEXTIL.

Uno de los sorprendentes aportes de la civilización indígena del continente americano y en especial nuestro país Colombia, es la invención de la hamaca, una obra maestra de funcionalidad, comodidad y sencillez que se sostiene entre dos soportes unidos por medio de cuerdas, sin contacto con el suelo. Su uso llegó a ser muy generalizado y se convirtió en una especie de cama auxiliar en la mayoría de las casas de la época. En los tiempos actuales la hamaca mantiene su vigencia para proveer un descanso alejado de la rigidez del suelo, siendo utilizada en variedad de ambientes: hogares, excursiones, viajes y campamentos.

En Colombia existe una empresa llamada Artesanías de Colombia S.A. la cual es mixta y se encuentra adscrita al Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Contribuye al progreso del sector artesanal mediante el mejoramiento tecnológico, la investigación, el desarrollo de productos y la capacitación del recurso humano, impulsando la comercialización de artesanías colombianas. Según estimaciones de Artesanías de Colombia, 260.000 personas producen artesanías, cifra que representa un 15% de la población de la industria manufacturera.

Los oficios de más congregación de fuerza de trabajo son la tejeduría (en todas sus diversas variantes entre ellas la Hamaca), con 57,52%, la madera con 13,48%

y la cerámica–alfarería con 7,37%. Otros oficios artesanales que se destacan son el cuero y productos lúdicos, los cuales señalan una relativa importancia poblacional de 8%.

El aprendizaje de los oficios artesanales generalmente se realiza en el ambiente familiar a través de su descendencia. Solo 7% de la población recibe capacitación en las técnicas artesanales a través de cursos y talleres.

La organización gremial de los artesanos en Colombia es mínima pues solo 17% de la población participa en ella. Actualmente el modelo grupal más representativo corresponde a la asociación que representa 21.26% de los artesanos que se encuentran organizados en el país. Además, esta se concentra en las áreas urbanas, por lo que las pocas organizaciones existentes revelan la problemática de las ciudades. La falta de organización ha marginado a los artesanos del país de participar de los mecanismos diseñados por el estado para la toma de decisiones que definen los derroteros del desarrollo, limitando así su capacidad de gestión y negociación.

Las regiones donde existe mayor concentración en producción de hamacas son las regiones Andina, Caribe y los Llanos Orientales. En la región caribe se encuentra dividida la producción de hamacas por departamentos de la siguiente manera: de participación, Bolívar con 33 %, Sucre con 31 %, Guajira con un 18% Córdoba 15% y otros 18%. Entre los pueblos más representativos por la elaboración de las hamacas podemos encontrar a San Jacinto Bolívar, Morroa Sucre y Chinu Córdoba.

## **4.2 Materiales para la elaboración del producto**

Hilaza de algodón: Algodón hilado 100%, fibra natural vegetal, extraída de la semilla del género vegetal *Gossypium* y en nuestro caso del género colombiano "Gossyca" utilizada para la pieza central.

**4.2.1 Título:** Cifra que expresa la masa por unidad de longitud de una hilaza, en unidades. (Termino que usa en la elaboración de hamacas)

**4.2.2 Piola o pita:** Dos o más hilazas retorcidas o alternativamente hilazas retorcidas e hilazas simples, torcidas juntas en una o más operaciones de plegado. En color crudo natural, utilizado para "encabezar" o "empitar".

**4.2.3 Pieza central de la hamaca:** Base de la hamaca fabricada manualmente en telar vertical, constituida por una pieza rectangular tejida en hilaza de algodón en tejido plano, que consta de urdimbre, trama y una cadeneta al principio y al final del tejido, hecha manualmente en telar vertical.

**4.2.4 Tejido plano:** Estructura estable y resistente compuesta por urdimbre y trama.

**4.2.5 Urdimbre o "hechado":** Hilazas a lo largo de una tela colocadas paralelas a los orillos

**4.2.6 Trama o Tejedura:** Serie de hilazas entreteljadas con la urdimbre, que van de orillo a orillo y en sentido transversal a la longitud del tejido.

**4.2.7 Orillo:** Borde longitudinal de un tejido con una densidad igual o mayor que la de este.

**4.2.8 Efecto cara de urdimbre:** Tejido plano donde los hilos de urdimbre cubren casi por completo los hilos de trama, dando en un cuadrado regular muchos más hilos de urdimbre que de trama.

**4.2.9 Telar:** Instrumento para tejer, compuesto por dos palos verticales paralelos llamados largueros y dos palos horizontales paralelos llamados travesaños, arman entre sí un marco de palos de madera de donde se fija la urdimbre.

**4.2.10 Cadeneta:** Tejido en forma de cadena, que se hace con hilaza al principio y al final de la pieza central, entrecruzando los hilos de la urdimbre, para evitar que se desbarate o deshilache el tejido.

**4.2.11 Cabeza:** Hilazas que quedan de la urdimbre, que por grupos homogéneos se retuercen o trenzan formando los hicos. De esta parte se arma con piola a continuación, la encabezada de la hamaca.

**4.2.12 Hicos:** Cordones en forma de argollas, elaboradas con las hilazas que quedan de la urdimbre, que por grupos homogéneos se retuercen o trenzan en cada extremo de la tela para sujetar la empitada.

**4.2.13 Empitada o Encabezada:** Proceso de estructurar o armar la parte final de la cabeza de la hamaca, con una piola continua, que va formando argollas que a su vez van sujetando cada una de uno o dos hicos, estas argollas forman un entrecruzamiento que distribuye efectivamente el peso que acepta la hamaca. (Termino que se usa en la elaboración de hamacas)

**4.2.14 Madejas:** Hilaza devanada en vueltas iguales con o sin entrecruzamiento.

**4.2.15 Cabezote:** Cordón anudado en donde remata la empitada y de donde se cuelga la hamaca.

**4.2.16 Paletada:** Acción de golpear el tejido con la paleta cuando se pasa el hilo de trama para que este baje, con el objeto de que el tejido quede ajustado y homogéneo. (Termino que se usa en la elaboración de Hamacas)

**4.2.17 Paleta:** Utensilio fabricado en madera pesada especial para fijar o golpear el hilo después de ser trabado.

**4.2.18 Tejido Plano:** Estructura estable compuesta de urdimbre y trama.



### 4.3 Clasificación

Las hamacas se pueden clasificar según:

#### 4.3.1 Según La Densidad De Hilos

- ✓ Ralas: Cuando el tejido no es muy denso debido a la menor cantidad de hilos utilizados en la elaboración de la hamaca.
- ✓ Cerradas: Cuando el tejido es denso debido a la mayor cantidad de hilos utilizados en la elaboración de la hamaca.

#### 4.3.2 Según El Diseño

- ✓ Bordadas o lisas, según técnica de tejido: La diferencia entre estas dos, está en que las bordadas Forman figuras geométricas con diferentes motivos y las lisas presentan un tejido plano, sin ningún diseño de motivos.
- ✓ A rayas o de color unido, según efecto de color: A rayas cuando se combinan dos o más colores en el sentido de la urdimbre y de color unido cuando se utiliza en su diseño un solo color.
- ✓ Lampazos, según técnica y efecto de color: Pueden ser rayadas dando efectos de color a lo largo del tejido.



#### **4.4 Requisitos generales**

La hamaca artesanal se debe caracterizar por:

- ✓ Un tejido homogéneo en cada una de sus partes.
- ✓ El orillo debe ser uniforme y ajustado a lo largo de la hamaca.
- ✓ La urdimbre debe tener una densidad mayor a la trama, lo que da un efecto a cada urdimbre.
- ✓ La hamaca por ser una sola pieza, no debe tener costuras ni cortes, sólo un remate manual.
- ✓ Las medidas de la pieza central deben ir para lo ancho, de orillo a orillo y para lo largo, de cadeneta a cadeneta (o comienzo de la cabeza), abarcando solamente la parte tejida del telar.
- ✓ El color debe ser uniforme en toda su longitud, la hamaca no debe presentar manchas o áreas que evidencien pérdida de color.

Los diseños de las hamacas artesanales deben ser:

- ✓ Según técnica de tejidos: bordadas y lisas.
- ✓ Según efectos de color: a rayas de color unido.
- ✓ Según técnica y efecto de color: lampazos.

Según las clasificaciones de diseño de la hamaca, se deben tener en cuenta las siguientes condiciones:

- ✓ Color unido: color del hilo debe ser homogéneo en toda su longitud.
- ✓ Rayas: dependen de la creatividad de cada tejedora, según los colores y el ancho escogido.
- ✓ Bordadas o brocadas: los diseños deben ser geométricos y por franjas de orillo a orillo de la tela.
- ✓ Lampazos: deben ser rayadas y con efectos de secciones con variaciones de color, interrumpidas a lo largo del tejido.

#### **4.4.1 Otras Características**

- ✓ Los hicos deben medir entre 250 mm y 420 mm y la empitada o cabezada debe medir entre 480 mm. y 620 mm.
- ✓ Los hicos deben estar uniformemente distribuidos a lo ancho de la hamaca y trenzadas y retorcidas.
- ✓ A cada uno de los hicos corresponde una argolla de piola, estas a su vez van entrecruzadas y rematan en su extremo superior en un cordón anudado del mismo material en forma de manija, llamado cabezote.
- ✓ La encabezada debe ser compacta, fuerte, uniforme y el cabezote firmemente anudado.
- ✓ Los hilos de urdimbre deben tener una densidad mayor a los hilos de trama.
- ✓ La tela de la hamaca debe estar elaborada en hilaza 100% algodón.
- ✓ Las hamacas deben cumplir con todos los requisitos indicados cuando se ensayen.

#### **4.5 Toma de muestras y criterio de aceptación o rechazo**

**4.5.1 Toma De Muestras:** Cada lote se inspeccionará en su totalidad para verificar si cada una de las unidades de producto cumplen con los requisitos indicados en esta norma.

**4.5.2 Criterio De Aceptación O Rechazo:** Si la unidad de producto inspeccionada no cumple uno o más de los requisitos establecidos en el numeral 4 de esta norma, será rechazada.

## **4.6 Ensayos**

### **4.6.1 Determinación de la longitud y el ancho de la tela:**

Consiste en medir la longitud y el ancho de la tela, sin tensión, sobre una superficie plana horizontal.

### **4.6.2 Aparatos para el ensayo:**

- ✓ Un metro
- ✓ Una mesa rectangular de dimensiones tales que su largo y ancho sobrepase el largo ancho de la tela.

### **4.6.3 Procedimiento:**

- ✓ Se coloca la tela que se va a medir encima de la mesa a todo su ancho y largo, libre de pliegues, eliminando las ondulaciones con la mano.
- ✓ El largo de la tela se determina midiendo de cadeneta a cadeneta y el ancho se determina midiendo de orillo a orillo.

**4.6.4 Expresión de los resultados:** El largo y ancho de la tela se expresan en metros y centímetros.

**4.6.5 Composición de la tela:** Se comprueba que la hilaza es 100% algodón, cuando al quemarse lo haga rápidamente, dejando cenizas como producto.

**4.6.6 Determinación de la densidad del tejido:** Este parámetro determina la fortaleza de la tela mediante:

- ✓ Mediante una plantilla de 10 mm x 10 mm, se determina el número de fibras tanto en la trama como en la urdimbre.
- ✓ Para determinar la densidad se deben seleccionar cuatro puntos distribuidos a lo ancho y a lo largo de la hamaca, teniendo la precaución de colocar la plantilla de manera que uno de los lados quede paralelo a una de las fibras, con el propósito de contar el número de hilos de la urdimbre y de trama.
- ✓ El resultado final corresponde al promedio de las determinaciones realizadas.

## **4.7 Empaque y etiquetado**

### **4.7.1 Empaque**

Las hamacas deberán empacarse individualmente de tal forma que no sufran daños o deterioros durante el transporte o almacenamiento.

El empaque se hará en bolsas plásticas o en un material que no sea transparente ni impermeable.

### **4.7.2 Rotulado**

El rotulado debe contener como mínimo la siguiente información:

- ✓ Nombre del fabricante (cooperativa, asociación o taller).
- ✓ País y región de origen del producto.
- ✓ La frase: «Hamaca en una sola pieza elaborada a mano, sin costuras».

- ✓ Hilaza de algodón 100%.
- ✓ Dimensiones de la hamaca.
- ✓ Especificación, si es tinte natural.
- ✓ Resistencia (peso que resiste en unidades del sistema internacional).
- ✓ La palabra "Biodegradable".
- ✓ La frase: "Lávese en seco"

#### **4.8 Indicaciones complementarias**

Para conservar las hamacas, se debe tener en cuenta:

**4.8.1 Instrucciones De Lavado:** Debido a que la solidez del color no es muy estable, se recomienda que el lavado sea en seco.

**4.8.2 Empaque Y Almacenamiento:** Para guardar las hamacas primero se debe doblar a lo largo por la mitad, luego doblar las cabezas hacia el centro de la hamaca y por último volver a doblar por la mitad. La hamaca se debe guardar en un sitio libre de humedad.

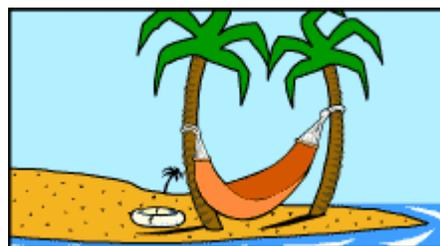
#### **4.8.3 Instrucciones para el uso:**

- ✓ La hamaca debe ser colgada de un cordón grueso, de forma que quede curva y abierta, no tensionada.
- ✓ Se debe amarrar de ganchos o argollas fijas.
- ✓ Para su uso debe abrirse totalmente por el centro, sentarse y luego acostarse.
- ✓ La hamaca puede colgarse de un árbol, de un poste, de una estructura tubular ó de una pared (en este caso utilizar argollas de pared especiales).
- ✓ Asegúrese que los accesorios metálicos o de madera estén en buenas condiciones, al igual que la estructura donde va a ser amarrada la Hamaca
- ✓ Para amarrar la hamaca, usar una cuerda resistente con un nudo seguro.

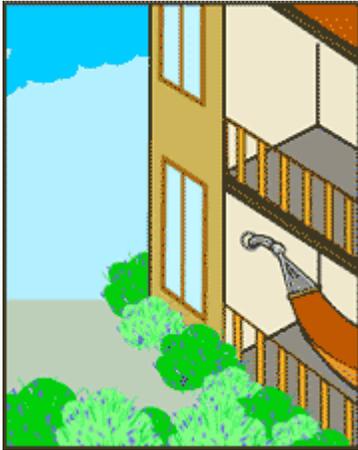
- ✓ Es preferible no dejar colgada la hamaca a la intemperie para evitar su deterioro prematuro; guárdela en un lugar cerrado o en un bolso especial.
- ✓ Lavar a mano, no usar blanqueador, ni detergentes fuertes.
- ✓ No exceda el peso recomendado por el artesano.



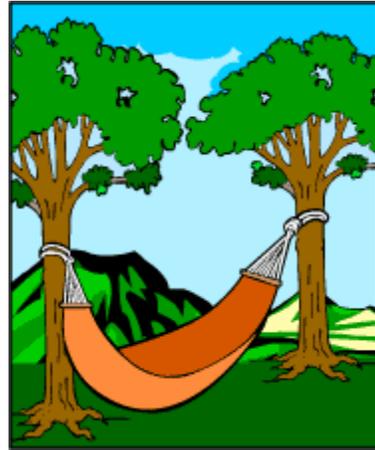
En el campo



En la playa



En el hogar



En la montañas

## 5. LOGISTICA DE EXPORTACION

En este capítulo se establecerá el procedimiento necesario para realizar una exportación exitosa de Hamacas Tradicionales al mercado de Barcelona – España, desde el momento de la llegada de la mercancía al puerto de Cartagena.

Varias de las razones por las cuales los productores de Hamacas Tradicionales deciden exportar hacia otros mercados son por:

- ✓ La necesidad de integrarse al mercado mundial de la globalización de la economía.
- ✓ Diversificar el producto y el mercado para poder enfrentar la competencia internacional.
- ✓ Crear posibilidades de competencia en el mercado internacional no solo por la calidad sino por el precio.
- ✓ Realizar alianzas estratégicas con otros productores de Hamacas Tradicionales de la costa caribe colombiana para así poder llegar a tener una reducción en los costos, un mejoramiento en la eficiencia y a la vez elevar los volúmenes.
- ✓ Aprovechar al máximo las oportunidades de mercado a través de los diferentes acuerdos como lo es el Sistema de Preferencia Arancelaria (SGP).
- ✓ Explotar al máximo la capacidad productiva de los productores de Hamacas Tradicionales.

## **5.1 Tramites que debe cumplir el exportador**

### **5.1.1 Registros**

**5.1.1.1 Persona Natural o Jurídica:** Antes de realizar cualquier actividad empresarial usted como ente debe registrarse ya sea a manera de Persona Natural o Persona Jurídica ante la Cámara de Comercio de su ciudad correspondiente. Conjuntamente debe haber adquirido el Número de Identificación Tributaria NIT.

**5.1.1.2 Registro como exportador:** Solicitar la clave del Registro Nacional de Exportadores (MINCOMEX), sin costo ninguno solicitar y llenar el respectivo formulario, presentado la cedula de ciudadanía o el numero de identificación tributaria NIT (MINCOMEX), luego entregarlo diligenciado adjuntándole el certificado de la Cámara de Comercio (con una vigencia no mayor de tres meses) y una fotocopia del NIT o la cedula de ciudadanía (MINCOMEX), solicitar el registro único tributario RUT sin ningún costo en la DIAN, entregar el Registro Único Tributario adjuntándole una copia azul del registro de exportadores (DIAN). Suscribirse como exportador en la aduana de salida con el registro de la Cámara de Comercio se escribe como exportador ante la aduana del puerto de salida, en la sección de exportación. Esta inscripción se puede realizar previa a la elaboración de los documentos.

**5.1.2 Inscripción en el registro productor nacional, oferta exportable y solicitud determinación de origen:** Cuando el producto que se va a exportar goza de preferencias arancelarias como lo son las Hamacas Tradicionales el exportador debe obtener el certificado de origen. Para obtener este certificado previo a la compra del mismo, el empresario debe adquirir en MINCOMEX el formulario de Registro de Productores Nacionales, el cual se tramita y se presenta

en la misma entidad. MINCOMEX definirá los criterios de origen e informara al empresario.

**5.1.3 Solicitud del visto bueno:** El exportador deberá obtener los vistos buenos o los requisitos especiales previos, de acuerdo con las normas vigentes según la naturaleza del producto. Al presentarse alguna restricción cuantitativa debido al cierre de algún mercado exterior y a Colombia a este se le asigna una cuota, el cual MINCOMEX debe ejercer la vigilancia sobre el cumplimiento y autoriza la cuota de cada exportador.

**5.1.4 Documentos que acompañan la mercancía:** Cuando el producto debe cumplir con algún visto bueno, esto hace parte de los documentos que deben acompañar a la mercancía a parte de esto se encuentran otros como:

**5.1.4.1 Factura Comercial:** Este documento debe contener toda la información correspondiente a la mercancía que se esta enviando en este caso las Hamacas Tradicionales: Los datos del exportador, los datos del importador extranjero, peso bruto, peso neto, valores unitarios, valor total, formas de pago, términos de negociación acordados con el importador, en este caso FOB. En este se debe presentar el original y cuatro copias, teniendo en cuenta la exención del impuesto sobre las ventas (IVA) para las exportaciones.

**5.1.4.2 Certificado de Origen:** Este se expide para verificar el origen de un producto, sobretodo cuando cuenta con preferencia arancelaria como lo es con las Hamacas Tradicionales o cuando lo exige el importador. Para obtener el Certificado de origen se debe comprar el respectivo formulario en MINCOMEX diligenciarlo de acuerdo con los criterios de origen comunicados por MINCOMEX y radicarlo en el MINCOMEX junto con la factura comercial para su respectiva aprobación.

**5.1.4.3 Documento de Exportación DEX:** Cuando se va a realizar la exportación, se debe comprar el formulario de Documento de Exportación (DEX), diligenciarlo y presentarlo ante la Aduana (Aduana del puerto de salida).

**5.1.4.4 Documento de Embarque:** Es el contrato de transporte que expide la compañía transportadora, en la cual se compromete a transportar la mercancía desde un puerto de origen a un puerto destino y el exportador cancela este servicio de acuerdo a un valor de tarifa establecida. De acuerdo con la modalidad de transporte se denomina B/L para transporte marítimo; AWB para el transporte aéreo y la Carta de Porte para el transporte terrestre internacional.

**5.1.5 Procedimientos aduaneros:** Este es el procedimiento a seguir por el exportador y la Sociedad De Intermediación Aduanera (SIA).

**5.1.5.1 Registro del DEX en la aduana para tramitar el embarque:** El documento de exportación deberá presentarse ante la administración de la aduana por lo que se desea tramitar el embarque al exterior (puerto marítimo). Solicitar en el mismo documento la autorización de embarque ante el comprobador de la aduana, en la sección de exportaciones, adjuntándole copia de la factura comercial y copia de los vistos buenos cuando sea requerido.

**5.1.5.2 Reconocimiento de la mercancía:** Con la autorización del embarque se presenta la mercancía en las bodegas de exportación de la aduana. El funcionario realiza la revisión de la documentación y la revisión física, si se considera conveniente y autoriza el despacho de la mercancía.

**5.1.5.3 Conocimiento del embarque:** Ya realizado el reconocimiento de la mercancía se debe entregar a la empresa exportadora el documento de exportación, la factura comercial, la lista de embarque, el certificado de origen (si se es requerido), estos deben acompañar a la mercancía para proceder al

embarque. El exportador deberá obtener de la empresa de transporte el documento de embarque.

**5.1.5.4 Declaración definitiva del embarque:** Cuando se trate de embarque único, una vez embarcada la mercancía el exportador deberá dirigirse nuevamente ante el comprador de la aduana, en la sección de exportaciones, para hacer confirmar que la autorización de embarque consignada en el documento de exportación (DEX) la cual se convierte en la declaración definitiva.

## **5.2 Pasos posteriores a la exportación**

**5.2.1 Cobranzas con el banco intermediario:** El exportador le entregara al banco intermediario la documentación completa, es decir, el original de la factura comercial, conocimientos de embarque, la lista de embarque, el certificado de origen y los vistos buenos respectivos. El banco la enviara a la sucursal para que este a su vez le entregue al importador con el fin de realizar la nacionalización del producto. Cuando la negociación sea directa, el propio exportador remitirá al importador, por la vía mas rápida la documentación descrita.

**5.2.2 Declaración de cambio:** El exportador diligencia a declaración de cambio y efectúa la venta de las divisas a través de intermediarios el mercado cambiario, la cuenta corriente en moneda extranjera en el exterior, previamente registrada en el Banco de la Republica. El exportador puede vender, escoger las divisas al intermediario cambiario o vender los instrumentos de pagos en moneda extranjera recibidos del comprador en el exterior a entidades financieras en el exterior, intermediarios en los mercados cambiarios autorizados y compañías de financiamiento comercial.

**5.2.3 Reintegro de divisas:** En este el plazo máximo será equivalente a la fecha de pago acordado con el importador, adicionando seis meses. Si no se indica la

fecha determinada, el plazo máximo para el reintegro será de seis meses contados a partir de la declaración definitiva del exportador.

### **5.3 Condiciones generales de acceso**

Las exportaciones de Hamacas Tradicionales de la Costa Caribe hacia Barcelona-España cuentan con una oferta de servicios de transporte tanto marítimo como aéreo.

#### **5.3.1 Alternativas marítimas**

España cuenta con más de 400 puertos, el conjunto del sistema portuario comercial es de 45. La mayor infraestructura portuaria está en el Mediterráneo, allí se encuentran los más grandes puertos españoles especializados en el tráfico de contenedores: Valencia y **Barcelona**. En el norte se destaca Bilbao.

A continuación se mencionan aspectos generales del uno de los principales puertos de España y destino de las exportaciones que se desea realizar de nuestro producto.

##### **5.3.1.1 Puerto de Barcelona**

El puerto ubicado en el Mediterráneo es uno de los más importantes de esta zona, y es considerado como la puerta de entrada de mercancías al Sur de Europa. Con 313 líneas regulares, se encuentra conectado con 423 puertos de todo el mundo. Las actividades logísticas, lo constituyen un centro de distribución privilegiado para abastecer a los mercados de la Península Ibérica, el Sur de Europa y la cuenca Mediterránea. Gracias a su situación estratégica y a su completa intermodalidad, el puerto de Barcelona se convierte en un modelo de plataforma intermodal a escala internacional.

Con una superficie terrestre de 795,98 ha, sus instalaciones cuentan con un área de muelles y atraques de 20 Km, dichos muelles, se especializan en el movimiento de diferentes tipos de carga, como Ro – Ro para la cual dispone de 31 rampas, percedera, a granel, general, y movimiento contenedorizado. Para el manejo de todo este tipo de carga dispone de almacenes cubiertos con un área de 119.916 metros cuadrados y zonas descubiertas de 2.296.140 metros cuadrados.

Por su parte Barcelona es un puerto con acceso directo a la red ferroviaria y de carreteras europea lo cual otorga amplias ventajas al momento de trasladar la carga hacia otros destinos del continente.

El Puerto de Barcelona está situado en un enclave estratégico actualmente el conjunto de los que intervienen en las operaciones portuarias, es decir, los miembros de la Comunidad Portuaria, colaboran solidariamente con el objetivo de ofrecer a los clientes las mejores condiciones técnicas, económicas y de seguridad adaptándose a las necesidades del paso de las mercancías por este puerto. El crecimiento ha sido sostenido en los últimos años, de acuerdo con el Plan Estratégico 1998-2010; las perspectivas refuerzan los proyectos de ampliación que, contemplados en el Plan Delta, permitirán doblar la superficie terrestre del puerto y la línea de atraque y se triplicará la superficie actual de la Zona de Actividades Logísticas.

#### **5.3.1.2 Servicios y tarifas**

En servicios las opciones para los exportadores colombianos se centran principalmente en las rutas marítimas de los puertos mencionados. Las cargas que puedan tener como destino otros puertos, por lo general hacen conexión en los terminales nombrados anteriormente. Las facilidades de intermodalidad que ofrecen los puertos españoles y el desarrollo de zonas de actividades logísticas, permiten que la mayoría de las líneas marítimas que sirven el tráfico desde Colombia, extiendan sus servicios hasta los destinos requeridos por el exportador

colombiano, cuando se trata de carga contenedorizada. Es de resaltar que se cuenta con una mayor oferta desde la costa Atlántica colombiana.

En cuanto a fletes la competencia internacional ha generado una desregulación, es así como hoy en día para un mismo producto y un mismo destino se pueden encontrar niveles muy diferentes.

En la tabla 5 se muestran las distintas líneas marítimas de las cuales el exportador de hamacas desee escoger para el envío de su mercancía desde el puerto de Cartagena hacia el puerto de Barcelona. El exportador considerara la frecuencia, los tipos de carga y los fletes mencionados en la tabla y deberá aplicarlos al tiempo de producción y envío de sus productos hacia el puerto de Cartagena para saber el tiempo exacto de llegada a su destino y a si estimar el tiempo de espera que tendrá sus clientes en España.

**TABLA 5 .Líneas marítimas de Cartagena / Colombia a Barcelona / España.**

Puerto Destino: BARCELONA  
Puerto Origen: CARTAGENA

LINEA MARITIMA	FRECUENCIA	TIEMPO DE TRANSITO		TIPO DE CARGA									FLETE		
	(días)	Min(días)	Máx(días)	20'	40'	45'	20'R	40'R	40'HC	40'HCR	BB	BB1	PP	CC	CC1
EUROPE WEST INDIES LINE	10	37	39	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO
MARFRET	7	23	25	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI
CIA. TRASATLANTICA (CTE)	15	13	15	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO	SI
TCA/SRL	7	27	29	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO	SI	SI	NO
COMPA-IA CHILENA (CCNI)	12	15	17	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO
CMA-CGM	7	23	25	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI
MAERSK SEALAND	7	23	25	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI
ZIM CONTAINER SERVICE	7	25	27	SI	SI	NO	NO	SI	NO	NO	NO	NO	SI	NO	SI
ITALIA DE NAVIGAZIONE	10	22	24	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI
DOLE OCEAN LINER EXPRESS	7	12	14	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	NO	SI	SI	NO
COMPA-IA SUDAMERICANA DE VAPORES	10	25	27	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI
KAWASAKI KISEN KAISHA K-LINE	12	15	17	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO	SI
N.V.O.C.C. ECULINE	15	35	37	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO	SI
N.V.O.C.C. EXPRESS CARGO LINE	15	15	17	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO	SI
COSTA CONTAINER LINES S.P.A.	15	18	20	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI

**FUENTE: Agentes y líneas marítimas en Colombia**

CONVENCIONES: Tipo de carga: R: Refrigerado, H: High cube, HCR: High cube refrigerado, BB: Carga suelta, BB1: Carga suelta sujeta a consolidación Fletes: PP: Flete prepagado, CC: Flete al cobro, CC1: Flete al cobro sujeto a confirmación

En la tabla 6 se muestra los costos promedio en que se pueden encontrar los fletes en contenedores de 20 y 40 pies para el transporte desde el puerto de Cartagena hacia el puerto de Barcelona.

**TABLA 6 .Tarifas de Referencia**

ORIGEN	DESTINO	TIPO DE CARGA	FLETE US\$(20')	FLETE US\$(40')
BUENAVENTURA	BARCELONA	GENERAL	1700 Y 1900	2200 Y 2500
CARTAGENA	BARCELONA	GENERAL	1300 Y 1600	1800 Y 2100

**FUENTE: Agentes y líneas marítimas en Colombia**

Para las cargas sueltas y aquellas que por su volumen requieren de consolidación, se presentan dos servicios de NVOCC, cuyos puntos de distribución se encuentran en Miami. En estos casos se deben prever tiempos de tránsito que oscilan entre 27 y 40 días.

Entre las alternativas marítimas encontramos las cargas consolidadas que son mercancías importantes que no alcanzan a llenar contenedor es lo que se conoce como NVCC o los consolidadotes que recibe paquetes y los fletes son relativos al tamaño del paquete enviado, los precios actualmente oscilan en el mercado para carga suelta entre US\$230 y US\$240 por Tonelada o Metro Cúbico.

En este caso las hamacas son un producto que en gran cantidad no llega a ocupar un contenedor completo debido a su tamaño por ende lo mas recomendable es usar los consolidadotes de carga (explicados anteriormente). Dentro de estos se encuentran algunas empresas como lo son DANZAS, PANALPINA, y KUEHNE & NAGEL.

### **5.3.2 Alternativas aéreas**

España cuenta con una amplia red de aeropuertos con servicio aduanero y facilidades para el manejo y almacenamiento de carga. Entre éstos se destacan

los de Madrid-Barajas, **Barcelona**, Zaragoza, Sevilla, Palma de Mallorca, Málaga, Asturias, Victoria y Alicante, entre otros.

A continuación se mencionan entre los más importantes para la carga procedente de Colombia el aeropuerto de Barcelona el cual se encuentra en la ciudad destino de la exportación de las hamacas.

### **5.3.2.1 Aeropuerto de Barcelona**

Es el segundo de España en cuanto a tráfico de pasajeros. Es también el segundo aeropuerto de Europa en crecimiento de tráfico, durante el 2002 fue uno de los aeropuertos españoles que más creció, al incrementarse el número de pasajeros en un 3 por ciento respecto a 2001. Desde la celebración de los Juegos Olímpicos ha aumentado más del 100%, pues ha pasado de 10 millones de pasajeros en el año 1992 a más de 21 millones en el 2002.

Barcelona es hoy el centro aéreo que mejor conecta con el mediterráneo, con servicios diarios hacia Bérgamo, Bolonia, Burdeos, Florencia, Lyon, Marsella, Milán, Nápoles, Niza, Palermo, Pisa, Roma, Turín, Venecia y Verona. Actualmente, el Terminal es utilizado como plataforma de conexión aérea por más de 2,9 millones de pasajeros, un 14 por ciento del total en el país.

Esto gracias a que cuenta con las condiciones naturales necesarias para ser una Terminal de conexión ya que está situado fuera de la zona aérea más congestionada, la centroeuropea, y tiene gran accesibilidad en todas direcciones.

Sus instalaciones con tres terminales de carga, ofrecen a la carga facilidades similares a las del aeropuerto de Barajas, además de la posibilidad conexión férrea al interior.

La alternativa aérea es más utilizada para los envíos de muestras comerciales ya que es más rápido y el envío llegará máximo en tres días aunque son más costosos esta cuenta con unos beneficios como son:

- ✓ Gestión de casos especiales.
- ✓ Espacios reservados con las mayores líneas aéreas.
- ✓ Conexiones estandarizadas y salidas fijas.
- ✓ Vuelos fletados (charter).
- ✓ Tarifas competitivas para la relación coste/tiempo.
- ✓ Especialistas altamente cualificados.

Se recomienda el uso de este transporte para el envío de las muestras comerciales sin valor de las hamacas debido a las anteriores características. Para más información acerca de empresas especializadas en estos envíos ver a la pagina 84.

#### **5.4 Seguro de transporte**

El seguro de transporte forma parte del gran grupo que comprende los seguros denominados sobre las cosas, cuya característica más sobresaliente lo constituye el principio indemnizatorio.

Su finalidad no es otra que la de cubrir las mercancías contra los diversos riesgos que pueden afectarlas durante su traslado de un lugar a otro y, por extensión, durante determinados períodos (estancias), o situaciones (carga y descarga), relacionados con el hecho de transporte.

El seguro de transporte es aquel contrato por medio del cual el asegurador asume los daños y pérdidas materiales sobrevenidos, bien al material de transporte, o

bien a los objetos transportados en caso de traslado o viaje por vía fluvial, férrea, aérea o marítima.

Si bien no existen en general normas legales que obliguen a la contratación del seguro, se recomienda a los exportadores tomarlo para amparar las eventuales pérdidas o daños que puedan causarse a la carga durante su tránsito desde el origen hasta el destino final.

#### **5.4.1. Principios básicos del seguro de transporte**

La indemnización constituye la característica fundamental propia de todos los seguros sobre las cosas y, por tanto, también del seguro de transporte. Los principios de indemnización están basados en que:

- ✓ Nadie puede pretender indemnizaciones superiores al daño sufrido.
- ✓ El seguro no puede constituir causa de lucro o beneficio para el asegurado.
- ✓ La indemnización por el asegurador no debe colocarlo en una situación más ventajosa que si el siniestro no hubiese ocurrido.

#### **5.4.2 Principales modalidades de seguro**

El seguro de transporte comprende una serie de modalidades, muchas veces fuertemente diferenciadas entre sí, cuya clasificación puede efectuarse de distinta forma según sean los elementos que se tengan en cuenta:

De acuerdo al ambiente en que se desenvuelve:

- ✓ Marítimo: comprende el aseguramiento de buques y material relacionado con la navegación y el de las mercancías.
- ✓ Terrestre: el transporte efectuado por ferrocarril o por camión; aquí también hay que distinguir el medio, el vehículo y las mercancías.

- ✓ Fluvial y lacustre: el aseguramiento de buques y cargamentos en ríos y lagos.
- ✓ Aéreo: seguros a las aeronaves y a las mercancías transportadas.

Al interés expuesto al riesgo:

- ✓ Seguro de los medios de transporte.
- ✓ Seguro de los bienes transportados.
- ✓ Seguro de intereses.
- ✓ Seguro de responsabilidades.

A la duración del contrato de seguro:

- ✓ Seguro temporal o a término.
- ✓ Seguro por viaje.

A la amplitud de la cobertura:

- ✓ Cobertura mínima representada por el seguro contra la pérdida tal en unos determinados casos.
- ✓ Contra todo riesgo.

### **5.4.3 Parámetros del costo de seguro**

Aun cuando el riesgo constituye el elemento fundamental de mayor incidencia sobre la prima de seguro, hasta tal punto que ésta va en relación directa con la evaluación pormenorizada para cada caso, también deben recordarse otras partidas que globalmente consideradas configuran el costo o precio final de una cobertura.

Entre las otras partidas cabe citar: los gastos de gestión interna, de gestión externa y el de reservas que deben tener las compañías de seguros para asegurar su solidez financiera.

#### **5.4.4 Factores objetivos**

Son todos aquellos que, con exclusión de las circunstancias que concurren en el contratante o persona por cuenta de quien se contrate el seguro, se refieren al mismo objeto asegurado y a las condiciones relacionadas con el viaje y el medio de transporte empleado. Estos factores son los siguientes:

- ✓ Clase y naturaleza de la mercancía.
- ✓ Medio de transporte y sus características:
- ✓ Nombre del buque y del país donde el mismo se haya abanderado
- ✓ Edad Material de construcción
- ✓ Tráfico
- ✓ Tonelaje
- ✓ Especialización del buque
- ✓ Embalaje, envase y estiba.

#### **5.4.5 Factores subjetivos**

El riesgo subjetivo es el que está directamente relacionado con la persona del asegurado, entre estos se encuentran:

- ✓ Moralidad y solvencia del asegurado.
- ✓ Historial de siniestralidad.

#### **5.4.6. Documentos**

La póliza constituye el documento primordial y, dado el carácter eminentemente formal que reviste el contrato de seguro, su existencia es necesaria para su validez. Además de la póliza, la práctica aseguradora utiliza otros documentos.

#### **5.4.7. Póliza**

Los riesgos asegurables se contratan mediante una póliza de seguro en la cual el asegurador, por el pago de una prima determinada, se obliga a indemnizar al asegurado o beneficiario por las pérdidas o daños causados a los bienes durante y con ocasión del transporte normal, de acuerdo con las condiciones generales, particulares o especiales pactadas.

Son documentos justificatorios del contrato de seguro donde constan las cláusulas que lo rigen.

Las pólizas son de dos clases:

- ✓ Póliza Automática: Cuando se moviliza continuamente carga y en volúmenes importantes.
- ✓ Póliza Específica: Para embarques menores y de poca regularidad.

#### **5.4.8. Certificado de seguro**

En determinados casos, el contratante o asegurado solicita la emisión de un documento que acredite la existencia de la póliza de seguro. El certificado es el documento expedido por el asegurador que atestigua la vigencia de un contrato de seguro, y en el cual se hace constar, entre otros requisitos el nombre del contratante, valor y naturaleza de los bienes asegurados, viaje o transporte previsto, así como las condiciones de cobertura.

Por regla general, los certificados de seguro suelen usarse en aquellos casos en los cuales interesa acreditar la existencia de la póliza y las condiciones de las coberturas previstas, sin que por otra parte no siendo necesario no se considere conveniente o resulte difícil aportar un ejemplar original, duplicado o copia de la propia póliza.

La utilización generalizada de los certificados de seguros se da en las pólizas flotantes.

#### **5.4.9. Coberturas del seguro**

El mercado asegurador ofrece diferentes posibilidades de cobertura que pueden abarcar desde una garantía mínima, representada por el seguro contra la pérdida total en unos determinados casos exclusivamente, hasta la más amplia que, utilizando la terminología empleada por cláusulas inglesas, es conocida con el nombre de "All Risk"

Las coberturas del seguro se dividen en:

**5.4.9.1 Cobertura Mínima:** Cubre el incendio, rayo, explosión o hechos tendientes a extinguir el fuego originado por tales causas; caídas accidentales de bultos al mar o al río durante su navegación o durante las operaciones de cargue, descargue o transbordo; pérdidas o daños originados en accidente que sufra el vehículo transportador o el vehículo asegurado cuando éste se movilice por sus propios medios.

**5.4.9.2 Falta de Entrega:** Cubre el extravío y/o hurto simple o calificado, según definición legal de uno o más bultos completos (contenido y empaque), en que se halle dividido el despacho, de acuerdo con los documentos de transporte.

**5.4.9.3 Avería Particular:** Considera la rotura, contaminación, humedad, aplastamiento, manchas, abolladuras, óxido, contacto con aceite o grasas; derrames, mermas, evaporaciones o filtraciones por rotura de empaque, golpes y caídas de los bienes a tierra. Estos daños hacen referencia al contenido y no al empaque.

**5.4.9.4 Saqueo:** Se aplica en dos formas: a) cuando hay sustracción parcial o total del contenido de los bultos y b) la sustracción de alguna parte integrante de los bienes asegurados, cuando no tengan empaque.

**5.4.9.5 Otros Riesgos Asegurables:** Guerra internacional, guerra civil, rebelión, insurrección, acto hostil de un poder beligerante o contra dicho poder; aprehensión proveniente de los anteriores riesgos, minas, torpedos, bombas u otros artefactos de guerra abandonados; huelgas, suspensión de trabajos por cierre patronal, disturbios, motines, conmoción civil y terrorismo.

**5.4.9.6 Riesgos No Asegurables:** Decomiso, embargo y secuestro, retención; vicio propio: combustión espontánea, mermas, evaporaciones o filtraciones; pérdidas o daños causados por roedores, comején, gorgojo, polillas u otras plagas; reacción o radiación nuclear; pérdidas por errores en el despacho y los daños por haberse despachado bienes en mal estado.

#### **5.4.10 Vigencia**

El tiempo de cubrimiento de la póliza en exportaciones, se inicia desde el momento en que el transportador primario recibe la mercancía hasta su llegada al destino final o al vencimiento de 30 días para el cargue, o 30 días después del descargue, lo que ocurra primero.

#### **5.4.11 Valor asegurable**

Para el cálculo de la suma asegurada en el trayecto interior se tiene en cuenta:

- ✓ El valor de la factura comercial.
- ✓ El valor de los fletes nacionales.
- ✓ Un porcentaje para imprevistos o demás gastos de exportación
- ✓ Importe de la prima propia del seguro.
- ✓ Hasta un 10% de lucro cesante, previo acuerdo con el asegurador.

- ✓ En el trayecto internacional deberá adicionarse el costo de los fletes internacionales.

#### **5.4.12 Obligaciones del asegurado**

- ✓ Si se trata de póliza automática:
- ✓ Informar a la aseguradora todos los despachos de la mercancía.
- ✓ Utilizar los empaques apropiados.
- ✓ Pagar la prima.
- ✓ Informar oportunamente a la aseguradora sobre la llegada de la mercancía
- ✓ Dejar constancia en los documentos de cómo se recibió.
- ✓ No abrir los bultos sin la presencia de un delegado de la aseguradora.

#### **5.4.13 Reclamaciones**

Para efectuar una reclamación de un bien asegurado se deberá presentar la siguiente información:

- ✓ Documento soporte del valor del producto (factura comercial).
- ✓ Copia del certificado o póliza de seguros.
- ✓ Documento de transporte.
- ✓ Certificado de prueba del daño o hurto valorizado.
- ✓ Copia del estado o recibo de la mercancía donde conste el reclamo al transportador, por efecto de pérdida o daño

### **5.5 Otros aspectos importantes para la logística**

#### **5.5.1 Muestras Sin Valor Comercial**

Para el envío de muestras a España se deben tener en cuenta los siguientes aspectos.

Estarán exentas del impuesto las importaciones de:

- ✓ Muestras de mercancías sin valor comercial estimable.
- ✓ Los impresos de carácter publicitarios tales como catálogos, listas de precios, instrucciones de uso o folletos comerciales.

La exención de los anteriores bienes quedará condicionada al cumplimiento de los siguientes requisitos:

- ✓ Los impresos deberán llevar de forma visible el nombre del empresario o profesional que produzca, venda o alquile las mercancías o que ofrezca las prestaciones de servicios a que se refieran.
- ✓ Cada envío comprenderá un solo ejemplar de cada documento o, si comprendiese varios ejemplares, el peso bruto total no podrá exceder de un kilogramo.
- ✓ Los objetos de carácter publicitario que, careciendo de valor comercial intrínseco, se remitan gratuitamente por los proveedores a sus clientes, siempre que no tengan otra finalidad económica distinta de la publicitaria.

Los bienes que a continuación se relacionan, destinados a una exposición o manifestación.

- ✓ Las pequeñas muestras representativas de mercancías. Que se distribuyan gratuitamente al público durante la manifestación o exposición para su utilización o consumo.
- ✓ Que sean identificables como muestras de carácter publicitario de escaso valor unitario.
- ✓ Que no sean susceptibles de ser comercializadas y se presenten, en su caso, en envases que contengan una cantidad de mercancías inferior a la

más pequeña cantidad de la misma mercancía ofrecida efectivamente en el comercio.

- ✓ Tratándose de muestras de productos alimenticios y bebidas no condicionados en la forma indicada anteriormente, se deben consumir en el transcurso de la exposición.

Las exenciones establecidas no se aplicarán a las bebidas alcohólicas, al tabaco en rama o manufacturado, a los combustibles ni a los carburantes.

### **5.5.2 Transporte de muestras sin valor comercial**

Como alternativa para envíos de carácter urgente, de exportaciones en volúmenes pequeños y muestras sin valor comercial, se encuentran los servicios de carga y courier los cuales garantizan mejores tiempos de entrega.

Para este tipo de servicios puede contarse con diferentes compañías como: DHL, FEDEX, SERVIENTREGA y UPS entre otras.



## 6. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

### 6.1 Distribución

El crecimiento económico español ha traído como consecuencia la expansión de los canales de distribución, que van desde los tradicionales como las tiendas hasta las cadenas multinacionales de supermercados y los centros de ventas al detal. Los principales centros de distribución están en Madrid y Barcelona, donde los agentes y distribuidores tienen sus oficinas<sup>1</sup>. para más información acerca de las más importantes distribuidoras de España y ka ciudad de Barcelona<sup>2</sup> .

A lo largo de las últimas décadas la distribución comercial ha sufrido un profundo proceso de transformación tecnológica, con gran protagonismo de las ventas en libre servicio. Igualmente, este sector ha experimentado un proceso de especialización que ha significado la aparición de establecimientos y formas comerciales especializadas en diferentes grupos de consumidores y tipos de compras. Los grandes almacenes y los hipermercados constituyen los grandes grupos de la distribución detallista en España, con un destacable aumento de cuota de mercado de los hipermercados en detrimento del comercio tradicional. Por otra parte, desde principios de los años 80, los centros comerciales han experimentado una considerable expansión tanto en número como en variedad, principalmente en las grandes ciudades. Para información acerca de los centros comerciales más importantes en España y en la ciudad de Barcelona.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Para obtener información acerca de las diferentes distribuidora en Barcelona ver ANEXO D

<sup>3</sup> Para obtener información acerca de los Centros Comerciales en Barcelona ver ANEXO E

También es de resaltar la creciente importancia de las grandes superficies Respecializadas, así como el auge durante los últimos años de las tiendas de franquicia.

## **6.2 Técnicas Mercadeo**

La difusión de un producto se realiza mediante una mezcla adecuada de Marketing en la cual se encuentran la publicidad, propaganda y la venta personal. El artesano que desee exportar hamacas deberá asesorarse con expertos en el tema y se elegirá la manera mas adecuada en cuanto a costos y enfoque del mercado meta. Debido a que el producto es artesanal su mercado objetivo son las personas de estrato medio alto y medio que deseen obtener el producto como un objeto práctico que ofrezca no solo confort y descanso si no también estilo y arte a sus hogares aprovechando la cultura de compra de los españoles por lo artístico.

### **6.2.1 Publicidad:**

A través de medios de comunicación masivos. El más efectivo, pero también el más costoso, es el medio televisivo. Normalmente, el primer caso en el aspecto publicitario será elaborar un folleto o catálogo de los productos, que se constituirá en carta de presentación de los mismos. Para información acerca de las distintas cadenas televisivas, radiales, prensa y revistas del país de España y de la ciudad de Barcelona.<sup>4</sup>

### **6.2.2 Propaganda:**

Consiste en la promoción mediante slogan y noticias positivas. Esta forma de comunicación global es muy favorable, ya que, normalmente, se realiza en grupos sectoriales o con la colaboración de las autoridades del país. Algunos sectores, como el del café, han obtenido gran éxito gracias a esta forma de operar. El

---

<sup>4</sup> Para buscar mas información de los medios radiales, televisivos entre otros ver ANEXO F

concepto de creación de "fidelidad en el cliente" prevalece entre los supermercados, tiendas y demás canales de ventas, a través de carnets, descuentos acumulativos y para clientes frecuentes. En el caso del exportador de hamacas que desee realizársete método deberá tener un cliente muy representativo en España y que lo guíe en el proceso de descuentos y promociones que se deseen realizar.

### **6.2.3 Venta personal**

Es el medio ideal y el que mejores resultados ofrece a la empresa que se encuentra en la fase inicial de la actividad exportadora. A la hora de realizar presentaciones públicas orales del producto, las ferias y las misiones comerciales ofrecen ventajas muy interesantes.

## **7. FORMAS DE PAGO**

En general, las partes que intervienen en la compraventa internacional son conscientes de que el pago puede verse condicionado por diversos factores, como la confianza existente entre las partes comerciales, sus necesidades de financiamiento y posiblemente por regulaciones de carácter legal respecto al comercio o al control de cambios.

Actualmente existen diversos medios para realizar transacciones comerciales internacionales, y uno de los métodos de pago más utilizados es el crédito documentario o carta de crédito, que nació como un medio de pago de mercancías o servicios donde el banco emisor ofrece su propio crédito y prestigio en el lugar del crédito del comprador. Las formas de pago más comunes en las negociaciones internacionales son:

### **7.1 Crédito Documentario**

Un crédito documentario, comercial o carta de crédito es un instrumento de pago, emitido por un banco (banco emisor), el cual a solicitud y de conformidad con las instrucciones de un cliente comprador (ordenante), se obliga a pagar a un vendedor (beneficiario), contra la entrega de documentos que muestren el embarque de mercancías o entrega servicios pactados, de acuerdo con los términos y condiciones del propio crédito.

Su finalidad es facilitar el comercio externo e interno, eliminando la desconfianza que pudiera existir entre compradores y vendedores: Existen tres tipos de crédito comercial:

**7.1.1. De importación:** Los que emite un banco de determinado país como medio de pago por las mercancías que normalmente serán importadas al mismo país.

**7.1.2. De exportación:** Normalmente ya emitido el crédito, lo recibe el banco designado por el banco emisor, preferentemente radicado en el país del beneficiario, quien será el responsable de efectuar la exportación de la mercancía.

**7.1.3. Domésticos** (internos): Los emite un banco como medio de pago de mercancías que se movilizan dentro de un mismo país.

## **7.2 Giro Directo**

Con esta modalidad, el exportador y el importador realizan transacciones comerciales acordando que el pago se hará sin intervención de un banco como garante de pago. La función del banco del comprador se reduce exclusivamente a la venta de divisas para que éste pague directamente al vendedor en el exterior mediante cheque, o colocando los fondos en el banco del beneficiario vía swift.

El giro directo contempla la modalidad de giro anticipado al embarque, esta modalidad se presenta cuando el exportador solicita al comprador del exterior el pago anticipado (total o parcial) al despacho de la mercancía, asumiendo el importador el riesgo ante un eventual incumplimiento en el embarque de los bienes pro parte del exportador.

Otra forma es el giro directo posembarque, en esta modalidad, el exportador acepta el pago del comprador del exterior con posteridad al despacho de la mercancía, asumiendo aquél el riesgo por el incumplimiento de pago del importador. Este tipo de mecanismo normalmente se realiza entre compradores y vendedores con amplia trayectoria y confianza en sus relaciones comerciales, o entre matrices y subsidiarias de compañías multinacionales.

En esta modalidad de pago internacional, el exportador efectúa el despacho de la mercancía y posteriormente el importador hace el giro directo a través del intermediario financiero.

### **7.3 Giro Bancario**

Mecanismo por medio del cual un banco recibe dinero o la orden de realizar un cargo contra la cuenta de un cliente para que emita un giro por una cuantía determinada. El banco seguidamente procede a emitir la orden de pago a cargo de un corresponsal o de una filial. El título de crédito denominado giro aparece cuando el derecho del beneficiario se incorpora a un documento apto para circular y pagable en efectivo en el banco que se indique. Su fin es evitar el desplazamiento de moneda agilizando las operaciones mercantiles, es importante conocer que el giro se consolida cuando éste se pone a disposición del beneficiario, el giro bancario no está regulado por ley especial en la mayoría de los países, razón por la cual el trato que recibe esta figura es similar a la del cheque.

El exportador tiene libertad para fijar los plazos que va a conceder al importador para el pago de la mercancía. En caso que este plazo sea mayor a 12 meses contados a partir de la fecha de la declaración y que la transacción supere la suma de diez mil dólares de Estados Unidos de América (US\$10.000), deberá informarlo al Banco de la República. Así mismo, el exportador puede establecer negociaciones condicionadas a pagos anticipados por futuras exportaciones, pero teniendo en cuenta que, dentro de los cuatro (4) meses contados a partir de la fecha de ingreso de las divisas a través del intermediario financiero, deberá realizar la exportación de los bienes. Si el plazo es superior a cuatro meses, el anticipo constituye una operación de endeudamiento externo y debe registrarse ante el Banco de la República.

#### **7.4 Reintegro de las divisas y régimen cambiario**

Los residentes en el país deberán canalizar a través del mercado cambiario, las divisas provenientes de sus exportaciones dentro de los seis (6) meses siguientes a la fecha de su recibo, correspondientes tanto a exportaciones ya realizadas como a las recibidas en calidad de pago anticipado por futuras exportaciones de bienes.

Se considera que se recibieron divisas por concepto de anticipo, si éstas son canalizadas a través del mercado cambiario, antes del embarque de la mercancía.

Conforme a la Resolución 8 de 2000 de la Junta Directiva del Banco de la República, los residentes deberán canalizar a través del mercado cambiario las divisas por concepto de garantías otorgadas en desarrollo de sus exportaciones.

De igual manera, deberán canalizarse las devoluciones por concepto de exportaciones de bienes cuando el comprador extranjero rechace total o parcialmente la mercancía.

Los exportadores de bienes deberán diligenciar la Declaración de Cambio por exportaciones de bienes en el momento de reintegrar las divisas, bien sea mediante su venta a los intermediarios del mercado cambiario o su consignación en las cuentas corrientes de compensación, utilizando el numeral cambiario que corresponda, de acuerdo con las instrucciones establecidas para el diligenciamiento de la misma.

En la declaración de cambio, los exportadores dejarán constancia de los datos relativos a la (s) declaración (es) de exportación definitiva (s), cuando estén disponibles en la fecha de la venta de las divisas, así como de los valores efectivamente reintegrados, de los gastos en que se haya incurrido y de las deducciones acordadas, si las hubiera. Tal información no será procesada ni

remitida al Banco de la República, pero deberá conservarse para cuando sea requerida por las autoridades de control y vigilancia.

## CONCLUSIONES

España es un gran importador a nivel internacional y aunque las importaciones procedentes de Colombia, no representan un porcentaje muy amplio de sus importaciones totales, debido a las distintas preferencias arancelarias y comerciales establecidas por la Unión Europea en el marco del SGP-Andino, las cuales cobijan a Colombia, lo anterior conlleva a que nuestras exportaciones a dicho país tengan un potencial y creciente mercado.

Entre dichas exportaciones, las exportaciones no tradicionales colombianas al mercado español, han tenido un crecimiento constante en los últimos tres años, siendo muy importantes las exportaciones de textiles entre las cuales se clasifican las hamacas. Para los productos textiles existen cero aranceles y muy pocas barreras técnicas y regulaciones que dificulten el ingreso de este tipo de mercancías al mercado español.

La producción de hamacas en Colombia está ubicada principalmente en tres regiones, los llanos orientales, la región Andina y la región Caribe Colombiana con una importante participación de esta producción nacional. Dentro de la región Caribe Colombiana el departamento de Bolívar representa el mayor porcentaje de la producción de esta región.

Las hamacas son consideradas como uno de los productos más típicos, artísticos y representativos de la artesanía nacional y de gran funcionalidad para ser utilizado en momentos de descanso y relajación, así como de fácil transporte para viajes de excursiones y recreo en zonas campestre y al aire libre.

El mercado español y en especial de Barcelona, aprecia en forma importante los productos de origen artesanal y artístico, por su característica pluricultural y cosmopolita. La hamaca puede representar para ellos no solo un producto

funcional sino un objeto representativo de la cultura y tradición indígena de los latinoamericanos y una forma de renovación de los vínculos con nuestra cultura.

Las características del producto se encuentran claramente establecidas, así como su debido empaque y rotulado, lo cual garantiza estándares adecuados de calidad, haciendo que sea competitivo y pueda ingresar cumpliendo todas las regulaciones del mercado español y de la Unión Europea.

Existen condiciones de transporte y logística que son favorables para el transporte y comercialización de las hamacas hacia el mercado español, debido a la existencia de rutas aéreas, marítimas, navieras y distribuidores locales en la ciudad de Barcelona, que facilitarían el traslado del producto hasta el consumidor.

## BIBLIOGRAFIA

DELGADO CARMONA, Ramiro. Modulo Fundamentos de Negocios Internacionales. Cartagena, 2005. 90p.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Proexport Colombia. Bogotá, 2004. 118p.

ROBLEDO FERNANDEZ Juan Carlos. Modulo Marketing Internacional. Cartagena, 2005. 30p.

ROJAS ARMELLA Joaquín. Modulo Costos y Logística de Distribución Internacional. Cartagena, 2005. CD ROM.

SERJE OSORIO Maria Helena. Modulo Operaciones de Exportaciones e Importaciones. Cartagena, 2005. 80p.

Subdirección Logística de Exportación Proexport - Colombia.

Disponible en Internet

[www.al-invest.org](http://www.al-invest.org)

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co)

[www.banrep.gov.co](http://www.banrep.gov.co)

[www.bcn.es](http://www.bcn.es)

[www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)

[www.hamacassanjacinto.com](http://www.hamacassanjacinto.com)

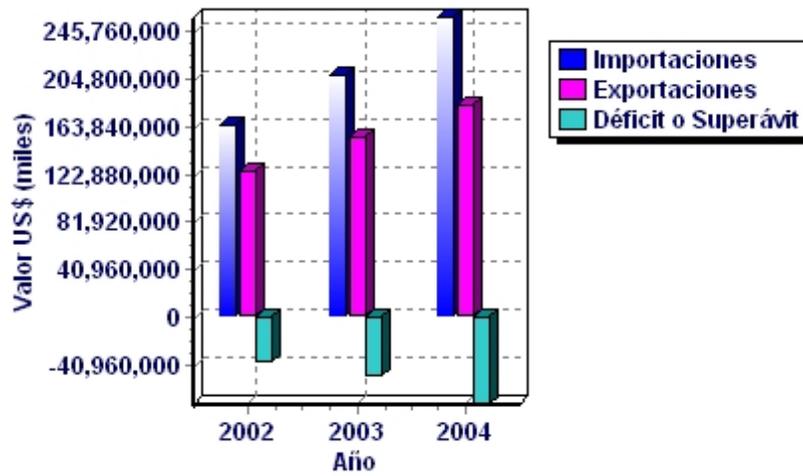
[www.mincomex.gov.co](http://www.mincomex.gov.co)

[www.mediosmedios.com.ar](http://www.mediosmedios.com.ar)

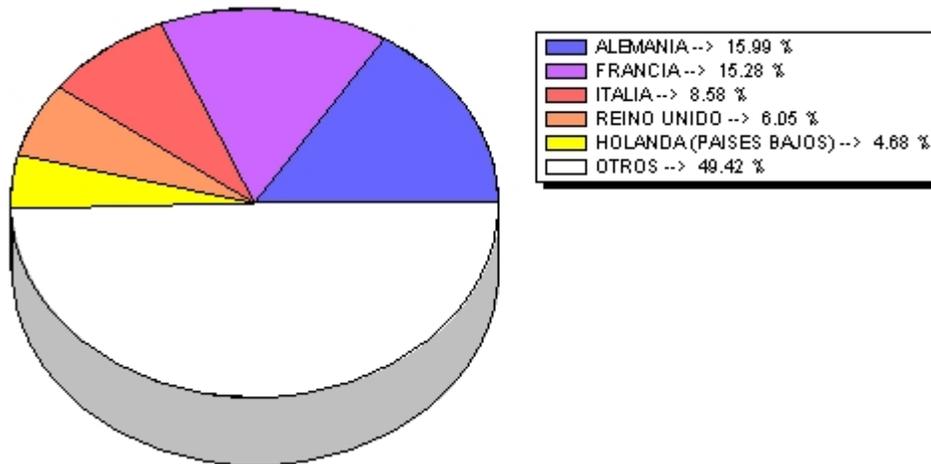
[www.proexport.com.co](http://www.proexport.com.co)

# **ANEXOS**

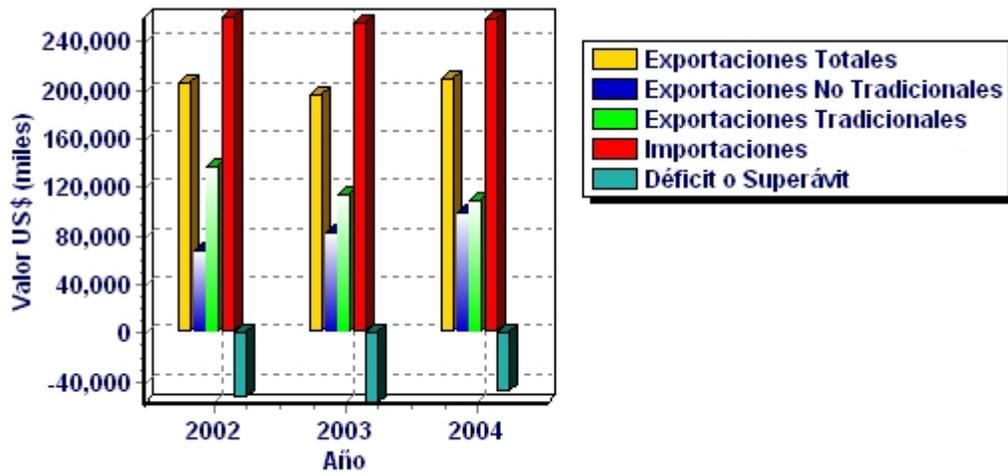
## ANEXO A



## ANEXO B



## ANEXO C



## ANEXO D

### Distribuidoras de Barcelona

Nombre: Siege Complementos Promocionales, S.L  
Dirección: Berbiquí, 15 Pol.Ind.Santa Ana  
Población: Viaciamadrid  
Código Postal: 28529  
Provincia: Madrid  
País: España  
Teléfono: 914990115  
Fax: 913012292

Contacto Comercial: Mari Jesús Gutiérrez

Contacto Oficina: No disponible

Email: [siege@furnet.com](mailto:siege@furnet.com)

Web: [www.siegecp.com](http://www.siegecp.com)

Descripción Actividad: Importadora y mayoristas de artículos textiles para publicidad, mantas de viajes, bufandas, chales, pañuelos, etc. Ventas a través de empresas distribuidoras.

Nombre: Exclusivas Marre S.L

Dirección: San Pablo 20

Población: Burgos

Código Postal: 09

Provincia: Burgos

País: España

Teléfono: 947261663

Fax: 947263405

Contacto Comercial: Ángel Martínez

Contacto Oficina: No disponible

Email: [info@exclisivamarre.es](mailto:info@exclisivamarre.es)

Web: [www.exclisivamarre.es](http://www.exclisivamarre.es)

Descripción Actividad: Distribuidora de artículos publicitarios y regalos de empresa. Como complemento de una buena organización, como reclamo publicitario, como detalle para los trabajadores, la imagen de la Empresa o Institución se aprecia a veces por pequeños detalles, nosotros lo llamamos little things (cosas pequeñas). Dentro de este campo ponemos a disposición de nuestros clientes una gran variedad de catálogos de reclamos y de trofeos de diferentes características.

Nombre: PIBAS  
Dirección: Lepanto 395 1ra oficina  
Población: Barcelona  
Código Postal: 08025  
Provincia: Barcelona  
País: España  
Teléfono: 0034-934460870  
Fax: 0034-934460870  
Contacto Comercial: Patricia Pernici  
Contacto Oficina: Patricia Pernici  
Email: pibas2003@yahoo.es  
Web: [www.pibasmoda.com](http://www.pibasmoda.com)

Descripción Actividad: Tienda de venta exclusivamente online, distribuidora mayorista de piercing, bolsos, bisuterías y complementos de moda.

## **ANEXO E**

### **Centros Comerciales de Barcelona**

#### **ALCAMPO**

Es la primera cadena de hipermercados de Europa continental que inició la venta electrónica de productos de gran consumo. El hipermercado es su especialidad; por ello, en Alcampo se encontrarán tiendas amplias y cómodas, bien surtidas, con todos los servicios y productos que necesites y el asesoramiento de los mejores equipos de profesionales.

Av. Diagonal, 15 08019 Barcelona (Barcelona).

Teléfono: 933562000

Av. Marina, s/n 08830 Sant Boi de Llobregat (Barcelona)

Teléfono: 93 630 58 96

Av. Platja, s/n08930

Sant Adrià de Besòs (Barcelona)

**Teléfono: 93 381 61 51**

<http://www.alcampo.es/>

### **EL CORTE INGLÉS**

El Corte Inglés. La mayor cadena de grandes almacenes de España, con una amplia variedad de artículos de moda, hogar, alimentación, deportes, electrónica, perfumería, música, motor, flores, mp3, ocio y cultura, etc. Tarjeta de Compra El Corte Inglés. tarjeta de crédito, financiación. Departamento de Servicio al Cliente. Cajeros automáticos bancarios. Carta de compras. Aparcamiento. Pedido telefónico. Taller de Automóvil. Envíos a domicilio. Empaquetado Especial. Tarjeta Regalo. Tienda On-line.

C/ Salvador Dalí, 15-19 08940 Cornellà de Llobregat (Barcelona)

Teléfono: 93 475 90 00

[www.elcorteingles.es/](http://www.elcorteingles.es/)

### **EL TRIANGLE**

Teléfono: 93 318 01 08

Pelai, 3908001 Barcelona (Barcelona)

### **EROSKI**

Los hipermercados Eroski ofrecen una amplia gama de más de 50.000 productos en alimentación, droguería, frescos, textil, bazar y electrodomésticos. Este modelo de hipermercado se fundamenta en ofrecer al cliente el mejor nivel de calidad, precio y servicio. Ofrecen los mejores productos frescos para una alimentación más sana. Son especialistas en frescos porque ofrecen máxima garantía de calidad y frescura, gracias a una rigurosa sistemática. Ofrecen un espacio propio a la producción regional. En muchos de sus puntos de venta cuentan con tiendas

dedicadas en exclusiva a la producción autóctona, especialmente creadas para fomentar el consumo de los productos de la tierra.

Ctra. Esplugues, s/n 08940 Cornellà de Llobregat (Barcelona)

Teléfono: 93 474 30 69

Ctra. Rubí, km 408173 Sant Cugat del Vallès (Barcelona)

Teléfono: 93 565 49 00

<http://www.eroski.es/eroski/main.jsp>

## **ANEXO F**

### **Medios Radiales de Barcelona**

- ✓ Catalunya Radio S.R.G SA
- ✓ Catalunya Radio
- ✓ Catalunya Música
- ✓ Catalunya Información
- ✓ COM Radio 882 AM
- ✓ Onda Rambla
- ✓ Radio Estelradio Ona De Sants – Montjuic

### **Periódicos de Barcelona**

- ✓ [El Periódico de Catalunya](#) (Barcelona)
- ✓ [El Periódico de Catalunya](#) (Barcelona), en castellano
- ✓ [El Periódico de Catalunya](#) (Barcelona), en catalán
- ✓ [El Mundo Deportivo](#) (Barcelona, deportes)
- ✓ [Diario de Barcelona](#) (Barcelona)
- ✓ [La Vanguardia](#) (Barcelona)
- ✓ [Diario Marítimas](#) (Barcelona)
- ✓ [Sport Barcelona](#) (Barcelona), deportes
- ✓ [VilaWeb](#) (Barcelona), diario electrónico independiente

- ✓ **Barcelona Digital** (Barcelona)
- ✓ **Noticias Intercom** (Barcelona)
- ✓ **Avui** (Barcelona)

## **Medios Televisivos**

- ✓ Antena 3. Programación de la cadena, juegos, concursos, novedades y noticias en línea
- ✓ Plus Canales de noticias, ocio y espectáculos, programación de Canal Plus y Canal Satélite y venta en línea.
- ✓ Tele 5
- ✓ Canal arte Cadena cultural europea, plataforma para autores, productores, directores y artistas del continente.
- ✓ **Calella Televisión Interactiva** (Calella, Barcelona)
- ✓ **TV20 (Televisión de Terrassa)** (Terrassa, Barcelona)
- ✓ **Nou Barris TV** (Nou Barris, Barcelona)
- ✓ **STV Televisión local de Sitges** (Sitges, Barcelona)
- ✓ **Canal 24 Horas** economía y negocios, nacional e internacional

## **Revistas**

- ✓ **El Temps** (Barcelona), información general, en catalán
- ✓ **Dinero** economía
- ✓ **Consumer** consumo, en español y euskara
- ✓ **Semana** actualidad
- ✓ **Gam** actualidad
- ✓ **Cosmopolitan**
- ✓ **¡Hola!**
- ✓ **Rutas del Mundo**
- ✓ **CasaDiez** decoración



