

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea del CRAI-Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la CRAI-Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

**Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, CRAI-Biblioteca
Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

**Aprovechamiento del TLC suscrito entre Colombia y Suiza, para el sector de las
confecciones de Bucaramanga y su área Metropolitana**

Rodrigo Sebastián Lozada Ramírez

Iván Darío Sandoval Reatiga

Proyecto de grado para optar por el título de Profesional en Negocios Internacionales

Tutor

Ana Zoraida Saavedra Ochoa

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

2016

Tabla de contenido

	Página
Introducción.....	5
1. Generalidades.....	7
1.1 Justificación.....	7
1.2 Descripción de la problemática.....	8
1.3 Objetivos	10
1.3.1. Objetivo General.....	10
1.3.2. Objetivos Específicos.....	11
1.4 Marco referencial	11
1.4.1 Estado del arte.....	15
1.5 Marco Conceptual.....	19
1.6 Aspectos metodológicos	21
1.6.1 Tipo de Investigación.....	21
1.6.2 Método de investigación.....	21
1.6.3 Técnicas para recopilar la información.....	21
2. Desarrollo del trabajo de Investigación.....	22
2.1 Condiciones sociales, económicas y políticas más importantes de Suiza para el establecimiento de negocios.....	22

2.2 Características de las importaciones de Suiza en productos de confecciones...37

2.3 2.3 Requisitos de ingreso de productos de confecciones de Santander a Suiza..44

2.3 Identificación de requisitos de ingreso de productos de confecciones de
Santander al mercado suizo, de acuerdo a las condiciones de este país.....67

Conclusiones78

Bibliografía.....82

Lista de Tablas

Tabla No. 1 Comparativo indicadores macroeconómicos Colombia-Suiza.....	12
Tabla No. 2 Indicadores macroeconómicos de Suiza.....	24
Tabla No. 3 Ranking de competitividad suizo.....	25
Tabla No. 4 Índice Doing Business.....	26
Tabla No. 5 Perfil del Consumidor suizo.....	27
Tabla No. 6 Productos importados por Suiza (2012-2016).....	37
Tabla No. 7 Países exportadores a Suiza partida 62 (2012-2016)	38,39
Tabla No. 8 Países exportadores a Suiza partida 61 (2012-2016).....	40
Tabla No. 9 Exportaciones colombianas de confecciones partida 61.....	41,42
Tabla No. 10 Exportaciones colombianas de confecciones partida 62.....	42
Tabla No. 11 Importaciones de confecciones en Suiza partida 62 (2012-2016).....	67
Tabla No. 12 Importaciones de confecciones en Suiza partida 61 (2012-2016).....	68
Tabla No. 13 Exportaciones de Santander al mundo partida 62.....	69
Tabla No. 14 Exportaciones de Santander al mundo partida 61	70
Tabla No. 15 Exportaciones de Santander partida 62 (2012-2016).....	71
Tabla No. 16 Exportaciones de Santander partida 61 (2012-2016).....	73

Introducción

Los tratados de libre comercio que ha firmado Colombia, que además son una tendencia a nivel mundial, tienen varios aspectos a analizar, porque la liberalización de mercados y la globalización de la economía, beneficia a algunos, perjudica a otros, dependiendo de la responsabilidad, criterio y juicio con el que se afronte; lo importante es entender los aspectos que le pueden favorecer y prepararse para los que puedan perjudicarlo; en este sentido el economista David Ricardo expuso que las condiciones para el negocio internacional se deben abordar a través de la teoría de la ventaja comparativa (Cárdenas, 2013), por ejemplo, para el sector de las confecciones, en las que se tiene superioridad por el acceso a materia prima y la mano de obra a menor costo para la elaboración de las prendas (ABCProcolombia.com, 2012).

Según este precepto de Ricardo, el comercio debe mejorar las condiciones de bienestar de los países, importando los productos que cuesta producir y exportando aquellos en los que se tiene ventaja por parte de esa nación; el propósito de este trabajo precisamente apunta hacia ese objetivo, hay dos alternativas, lamentarse de las medidas que toma el gobierno, o se adquiere una postura proactiva que haga que los empresarios de las confecciones locales revisen en que aspectos del tratado de libre comercio Colombia – Suiza se puede sacar el mejor provecho, este convenio es el primero que se firma con un país desarrollado de Europa, que tiene un alto ingreso per cápita, responsable con el medio ambiente y con una gran cultura tanto importadora como exportadora; entre otros aspectos a destacar, también productor de química, medicina y maquinaria y equipo; siguiendo con la recomendación de Ricardo, el país debe comprar lo que cuesta producir y vender aquellos bienes y servicios en los que el país es fuerte.

Inicialmente se abordarán los aspectos generales del tratado, después se revisarán los que conciernen directamente al sector de las confecciones, para finalmente entregar el diseño de

pautas con el apoyo de los lineamientos de Procolombia, para desarrollar por parte de los empresarios para un gran aprovechamiento de este acuerdo de comercio. Se deben estudiar las condiciones sociales, económicas y políticas más importantes de Suiza y como se realiza el establecimiento de negocios, especialmente con países de esta zona del Continente.

Para un mejor aprovechamiento del tratado, deben identificarse las características más importantes para las importaciones de Suiza en productos de confecciones; además el comportamiento de las mismas y los principales productos que se envían desde Colombia; de esta forma se determina el potencial de productos del segmento en Santander con proyección en el mercado suizo.

Los empresarios del país deben entender la importancia de cumplir los requisitos exigidos por Suiza para el ingreso de productos a estas naciones, muy comprometidas con la Responsabilidad Social Empresarial, la confederación suiza es muy estricta con estos requerimientos, por tanto, los empresarios de confecciones en Colombia, específicamente en la región de Santander, deben cumplir con estos estándares, para poder ingresar con sus mercancías a este mercado tan atractivo, por su alto ingreso per cápita y una demanda que se extiende a través de todo el año, debido a que las estaciones hacen que se esté variando permanentemente el vestuario.

Palabras Clave: Confecciones, confecciones colombianas, exportaciones colombianas a Suiza, Procolombia, TLC Colombia Suiza.

1. Generalidades

1.1 Justificación

Son diversas las implicaciones dentro de las medidas de política económica, en este caso de política comercial de un país; se trazan por parte de los dirigentes, para la orientación de la economía, de acuerdo a sus pensamientos, ideologías, o las recomendaciones que sus asesores hagan sobre un tema específico; también puede pasar que se imponga lo que está ocurriendo en la economía Mundial, en este caso de la apertura de mercados; es por lo anterior que el tratado de libre comercio que Colombia firmó con Suiza, debe estudiarse con mucho criterio y pensar que seguramente habrá ganadores en el país con este convenio de cooperación comercial; lo que pretende este proyecto de investigación, es la búsqueda de los beneficios que pueda tener para el sector de las confecciones del área metropolitana de Bucaramanga la firma de este tratado.

Ahora bien, algunas empresas ya han descubierto las bondades de negociar con este país, que posee grandes cifras de estabilidad económica (Elmundo.com, 2016): “La Confederación Suiza, uno de los países más desarrollados y más ricos del mundo, cuenta con un PIB per cápita que asciende a US\$ 67.779, lo que lo ubica en el cuarto lugar a nivel mundial (FMI) y octavo del mundo (Banco Mundial). El 50% de su PIB procede de negocios financieros; de hecho, en Suiza se cobija alrededor de la cuarta parte de la riqueza en manos privadas de todo el mundo” (Elmundo.com, 2016). Para el caso del convenio con Colombia, es importante entender las grandes posibilidades de exportar prendas y todo tipo de confecciones hacia ese país, que posee un alto ingreso per cápita y gran potencial en general para los negocios.

El papel de las instituciones de Educación Superior, en este caso la Universidad Santo Tomás, debe conducir, además de la formación de personas íntegras, a contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida en general de los habitantes de la región, por esta razón, es

fundamental la responsabilidad del futuro profesional para con el entorno productivo, los estudios realizados deben estar encausados al mejoramiento de la competitividad en todos los sectores económicos. Este estudio pretende dotar de una herramienta válida para adelantar un proyecto exportador a Suiza, a las empresas del sector de confecciones de la región, muy importantes en el desarrollo y creación de empleo, debido a que contribuyen junto con el sector calzado, en la generación del 18% de los puestos de trabajo en esta zona (Camaradirecta.com, www.camaradirecta.com, 2016)

Planteamiento del problema:

Los problemas en las pequeñas y medianas empresas de Colombia tienen las mismas raíces, el atraso y la dependencia: “la dependencia es una relación de subordinación de los intereses de una nación formalmente independiente a otra u otras. El atraso es un concepto comparativo en el cual debemos evaluar los distintos rasgos del desarrollo para saber en qué nivel se encuentran. En general, estos países tienen un atraso relativo en todos los órdenes de la vida económica social en comparación con los países desarrollados” (Méndez, 1998); en Colombia no se crean nuevos productos, debido a que muy poco se destina para la investigación, las Pymes del país están retrasadas en la innovación, lo que no le permite generar ventajas competitivas; unido a otros problemas como el rezago tecnológico, unido a la llegada de productos importados y el acceso a la financiación, como los más notorios.

Siendo la economía de la nación de tipo mixta, de mercado o capitalista, pero con intervención del estado; la participación en la economía del gobierno es cada vez más notoria, si bien en los comienzos de la república, la injerencia del estado se limitaba básicamente a brindar seguridad, posteriormente esta tiene una mayor aportación en aspectos como la estabilización económica, regular o permitir externalidades, ofrecer bienes públicos y productos que son

básicos en la vida de sus habitantes, por ejemplo salud o educación, regular la competencia y no permitir que exista poder de mercado o políticas en pos de la redistribución de la renta a través del cobro de impuestos para realizar el gasto público (Méndez, 1998).

En el tema de la estabilización del país, se realiza a través de la política económica: “la política económica es aquella parte de la ciencia económica que estudia las formas y efectos de intervención del estado en la vida económica con el fin de obtener determinados fines” (Méndez, 1998); son las herramientas del estado para direccionar la economía, dentro de las cuales se encuentra la política comercial, que (Okean, 2008) define así: “los instrumentos de política comercial son los tipos de cambio, los aranceles, los contingentes y la regulación económica que facilita o impide el intercambio”; son las directrices que el país toma en reciprocidad con las demás naciones para mantener buenas relaciones de comercio, siempre en busca del beneficio de las empresas colombianas y el crecimiento en general de la economía.

Estas relaciones con los demás países, la apertura de mercado aprovechando la globalización, y la tendencia en general hacia un mercado global, en el que se debe reconocer el rompimiento de las barreras geográficas y la ampliación de los mercados locales a nivel internacional (Mendoza, 2012); han marcado la predisposición en la nación para que se firmen tratados de libre comercio, como el establecido a partir del 2012 con los Estados Unidos y también los que se adelantan con países como Corea o la República China; dentro de esta tendencia, se suscribió el TLC con Suiza, que hace parte del acuerdo global con EFTA; cabe recordar que estos acuerdos de comercio disminuyen los aranceles al igual que los contingentes o cuotas de mercado y facilitan las relaciones entre las naciones que se comprometen en el mismo; sin embargo después de aproximadamente dos años de firmado, el convenio con Suiza no ha

presentado los beneficios, que según los conocedores del tema, debe traer grandes ayudas para las empresas y los consumidores del país (ColombiaTrade, 2012).

A pesar de no ser el problema planteado dentro del presente estudio, las PYMES del país, en las que se encuentran las del sector de las confecciones, deben inicialmente legalizarse y salir de la informalidad, algunas no pueden acceder al crédito, casi ninguna conoce las bondades del tratado y no tienen la asesoría para poder aventurarse en la experiencia exportadora, a un país que puede brindar grandes beneficios desde todos los ámbitos y por aspectos ya citados; este TLC con Suiza puede ser una gran oportunidad para las empresas de confecciones en el país.

La pregunta de investigación, con base en los lineamientos planteados, es la siguiente: ¿Qué estrategias se pueden diseñar para las empresas del sector de las confecciones en la región, para aprovechar el TLC firmado con Suiza, firmado en el 2012 y que incluye liberación de barreras arancelarias y administrativas?

1.3. Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Identificar las ventajas y desventajas para las partidas 61 y 62, del sector confecciones de Santander, mediante un análisis del comportamiento del mercado, para un eficiente aprovechamiento de este acuerdo de cooperación.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Examinar las condiciones sociales, económicas y políticas más importantes de Suiza para el establecimiento de negocios.
- Determinar las características de las importaciones de Suiza en productos de confecciones, determinando el comportamiento exportador de Santander
- Analizar los requisitos de ingreso de productos de confecciones de Santander al mercado suizo, de acuerdo a las condiciones establecidas en el acuerdo.
- Identificar los principales productos de la oferta textil exportadora de Santander, con potencialidad en el mercado suizo, frente a los principales competidores

1.4 Marco Referencial:

Si se compara el ingreso per cápita suizo de aproximadamente US\$67.779, con el de Colombia, que está cercano a los US\$6.000 (República, Banrep.gov.co, 2016); se podrá entender la magnitud de firmar un tratado de libre comercio con un país desarrollado, que aparte es responsable con el medio ambiente y altamente progresista; lograr para un empresario de las confecciones penetrar este mercado, le estaría reportando inmensas utilidades y la posibilidad de no depender de una demanda interna, que de por sí es muy competitiva, además la oportunidad de permanecer en el negocio, apoyado por los ingresos derivados de contratos con empresas que aunque exigen mayor calidad, pagan a un precio muy superior por los productos. En el siguiente apartado, se comparan algunos indicadores económicos de las dos naciones:

Principales Indicadores macroeconómicos:**Tabla No. 1****Indicadores macro-económicos Colombia - Suiza**

Indicadores Macroeconómicos	Colombia	Suiza
Población 2016	49.021.139	8.327.000
Moneda	Peso Colombiano	Franco Suizo
PIB 2016 en Millones de Euros	255.088	596.450
PIB crecimiento trimestral	1.1% (2016 3er trimestre)	0.3%
Desempleo 2016	9.2%	3.3%
Tasa de Inflación 2016	5,75%	0.4%
PIB per cápita 2016 en Euros	5.292	71.589
Deuda pública en términos del PIB	50.67%	45.71%
Balanza comercial (2016 – millones Euros)	-12.507,8	34.300
Ranking de competitividad 2016	61°.	1°.
Ranking de Innovación	63°.	1°.
Tasas de interés del mercado abril de 2017	5.75%	-1.25%

Elaborado por: Autores del proyecto con base en (Forexsos.com, 2017)

Los indicadores económicos en general son positivos para Suiza, alto PIB y PIB per cápita, balanza comercial positiva, primeros en ranking de competitividad e innovación y bajas tasas de interés del mercado; aspectos que se convierten en un incentivo más para los productores colombianos que quieran penetrar este mercado, que, de acuerdo con las cifras, en una de las economías más estables de Europa y el mundo.

Estos aspectos hace que sean grandes los beneficios de firmar un tratado de libre comercio con una economía como la Suiza, para las empresas colombianas del sector de las

confecciones: “Suiza se encuentra dentro de las economías más estables, prosperas, modernas y desarrolladas del mundo, siendo su tasa de desempleo del 3.7% y una inflación particularmente baja, cuenta con un alto PIB per cápita que lo que lo ubica en el cuarto lugar a nivel mundial (FMI) y octavo en el mundo (Banco Mundial)”;

además alberga grandes empresas multinacionales, atrae capital financiero de grandes corporaciones y de otros sectores de la economía (Elmundo.com, 2016).

De otra parte, en Suiza se destaca la industria química, la farmacéutica, la fabricación de instrumentos musicales y de medición, la inmobiliaria, los servicios financieros, el turismo, maquinarias electrónicas y relojes, productos que exporta y sobre los cuales basa su crecimiento; es una economía estable, moderna y poderosa en el mundo actual, con otras cifras en las que se destaca: “su índice de Paridad de Poder Adquisitivo (PPA) se encuentra entre los quince mejores del mundo. En cuanto al reporte de competitividad del Foro Económico Mundial coloca a la economía de Suiza como la segunda más competitiva en el mundo” (Elmundo.com, 2016)

Sin embargo, el país no es totalmente abierto al mercado, también adelanta políticas proteccionistas, especialmente en el campo agrícola: “el proteccionismo agrícola, una rara excepción a la política de libre comercio en Suiza, ha contribuido al alza de los precios de los alimentos. Según la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE), la liberalización de los mercados está retrasando algunas economías europeas como la Suiza” (Elmundo.com, 2016); cabe destacar que esto es una excepción, las barreras de comercio de Suiza, especialmente con la unión europea son mínimas, aparte el país ha suscrito tratados de libre comercio con muchos otros países del mundo, especialmente latinoamericanos, dentro de los cuales se encuentra el que se adelantó con Colombia.

Vale la pena también resaltar un aspecto muy favorable para el comercio, constituido por las vías terrestres y los aeropuertos, Suiza es uno de los países desarrollados que cuenta con mayores autopistas en proporción a su tamaño, financiado con la administración de los peajes y el impuesto que se cobra a los vehículos; además, para acceder al país se cuenta con tres aeropuertos como el de Zúrich, el de Ginebra y el de Basilea; que le permiten a los empresarios de otras partes del mundo facilitar las labores de comercio; los dos últimos aeropuertos los comparte con Francia; así mismo la red ferroviaria del país: “la red ferroviaria cuenta con 5.063 km y transporta a más de 350 millones de pasajeros anualmente. La construcción de túneles a través de los Alpes ha reducido la duración de los viajes que se efectúan entre el norte y el sur” (Elmundo.com, 2016)

Por ejemplo, si el empresario desea exportar desde Colombia, se cuenta con varias alternativas, desde los puertos de Barranquilla, Buenaventura, Cartagena y Santa Marta, parten con frecuencia semanal, barcos hacia destinos como Basilea, Ginebra y Zúrich; los recorridos duran alrededor de 30 días; a pesar que Suiza no tiene salida al mar, cuenta con conexiones portuarias a través del río Rin y es considerado uno de los centros de trasbordo más importante. Sin embargo, para requerimientos urgentes, se pueden enviar los productos hacia Suiza en transporte aéreo, empresas como Air France ofrecen rutas cinco veces a la semana, lo mismo a través de otras aerolíneas como Iberia o KLM; también las conexiones a Estados Unidos vía Miami; o Cargo lux, líder de movilización de carga en Europa; aprovechando la gran infraestructura de aeropuertos con que cuenta el país (Elmundo.com, 2016)

Igualmente, este país ha entendido la importancia de la educación para salir adelante, desde el siglo XIX la enseñanza primaria es obligatoria, además cuenta con un gran número de universidades y escuelas profesionales, el gran capital humano, unido a su prudencia en temas

políticos, en los que siempre ha sido muy neutral, hace que no haya sido afectada por dos guerra mundiales y mantenga relaciones con potencias europeas como Francia, Alemania o Italia; que le permiten tener gran desarrollo en sus actividades, lo que se puede aprovechar por parte de los empresarios colombianos para negociar con un país progresista, desarrollado, con gran ingreso per cápita y responsable con el medio ambiente (Elmundo.com, 2016).

1.4.1 TLC Colombia - Suiza

Un trabajo del Ministerio de comercio Industria y Turismo, realizado en el año 2016 sobre los beneficios del TLC Colombia – Suiza, muestra aspectos muy interesantes a aprovechar por parte de los empresarios colombianos, que quieran enviar sus productos a esta nación y en general a los países de la Unión Europea (MinCIT, 2014), dentro de estos se puede destacar:

- Acceso a mercancías y acceso a Mercados
- Acceso preferencial con reglas de origen para bienes agrícolas y no agrícolas
- Facilitación del comercio en general
- Facilitación en medidas Sanitarias y Fitosanitarias
- Facilidad para el movimiento de personas Naturales
- Defensa comercial, inversión y servicios

Además, de los citados anteriormente como los más trascendentales, se incluyen dentro del acuerdo 20 anexos, en los que existe también un intercambio de cartas en materia de suministro de servicios de administración de Fondos de Pensiones y un memorando de entendimiento en servicios, unido a tres acuerdos más sobre agricultura lateral con Suiza, Noruega e Islandia.

Se confía en el acuerdo, debido a las grandes expectativas por haber sido el primero que se puso en marcha con un país desarrollado; para el tema textil, se establece el procedimiento para la adopción de medidas de salvaguardia, en el marco de los acuerdos comerciales internacionales vigentes con la AELC; además, los contingentes y aranceles que hacen parte de la norma, para las importaciones de productos originarios de Suiza y Liechtenstein; del mismo modo, los instituidos sobre los compromisos en materia de origen, adquiridos por Colombia en virtud del Acuerdo de Libre Comercio entre Colombia y los Estados que conforman la Unión Europea.

En este sentido y dentro de las partes del acuerdo, se incluye en la canasta de desgravación, artículos que entraron en vigencia desde la firma del acuerdo; aranceles preferenciales, reducción de este impuesto a otros productos, productos libre de arancel en forma parcial y otros en forma permanente, además de los mecanismos de estabilización de precios y de las medidas de compensación de precios, que indica que el arancel sobre la importación, se basará en las diferencias entre el precio local y el precio del mercado mundial, de las materias primas agrícolas incorporadas a los productos procesados y no excederá dicha diferencia; igualmente lo relativo a los subsidios para las exportaciones.

Dentro de las concesiones de Suiza a Colombia, es importante destacar el libre ingreso sin arancel, de productos como banano y otras frutas, café en grano y procesado, gelatina, chicles y bombones, preparaciones de frutas y hortalizas, jugos, preparaciones alimenticias, galletería y panadería; además de tabaco y cigarrillo; unido a otro tipo de bienes que se exportan desde la nación como carne seca, quesos, flores y esquejes, cacao en polvo, chocolatería y aguardiente; entre otros (Quintero, 2013).

En cuanto a lo que se importa, el análisis de (ABCProcolombia.com, 2012), indica que este factor mejorará la competitividad, debido a que se trata de bienes de capital para sectores

como papel, industria gráfica, textil, entre otros; el acuerdo contiene criterios que permiten controlar la importación de bienes sometidos a procesos de re-manufactura, procesados, limpiados, inspeccionados y certificados. En normas de origen, se obtuvo trato favorable para el sector químico, acordando reglas que permiten transformar insumos para su posterior exportación con preferencias en aranceles.

En este mismo orden de ideas, Procolombia en su ABC del tratado de libre comercio con los países miembros de la AELC, resalta la importancia de puesta en marcha del tratado que entró en vigencia el 1 primero de julio de 2011, e involucra las cuatro naciones miembros de la Asociación de Libre Comercio (EFTA); que constituyen mercados importantes por tener consumidores exigentes, con gran capacidad de compra y estratégicos para avanzar en el propósito de expandir las relaciones comerciales con naciones europeas (ABCProcolombia.com, 2012).

El tratado tiene vigencia con Suiza y Liechtenstein y en etapa de ratificación en Noruega e Islandia, trae ventajas para las empresas interesadas en ofrecer sus productos y servicios en esta economía tan desarrollada y muy estable dentro del mundo. Suiza además tiene cifras de desempleo muy bajas y el poder adquisitivo de su población está entre los 15 mejores del planeta, pero hay que penetrar el mercado con productos de gran calidad y llamativos para los consumidores; esta nación es muy comprometida con la responsabilidad social y ambiental; sus certificaciones internacionales cobran gran importancia y obtenerlas debe convertirse en una prioridad para aumentar la competitividad de las empresas (ABCProcolombia.com, 2012)

Las mejores oportunidades se presentan para productos como alimentos procesados, frutas, hierbas, especias, productos orgánicos; artículos farmacéuticos con ingredientes naturales; extractos vegetales; plantas medicinales y aromáticas; software y BPO; y en gran forma para los

empresarios de textiles, diseño y confección. Además de este Acuerdo comercial general, con cada uno de los países que integra la Asociación Europea de Libre Comercio, que está integrada por Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein; se firmó individualmente un Acuerdo Complementario sobre Agricultura. Del mismo modo, incluye compromiso de las partes de desmonte gradual de aranceles, reglas de origen, disciplinas para facilitar el comercio de mercancías, acuerdos sobre eliminación de obstáculos al comercio y estímulo al comercio de servicios y la inversión (ABCProcolombia.com, 2012)

“Las economías de los países que conforman la AELC ocupan un lugar destacado, tanto en el mercado internacional de flujos de comercio e inversión, como en los indicadores macroeconómicos y de productividad. Todos sus países superan los 13 millones de habitantes y un PIB superior a los US\$600 mil millones” (ABCProcolombia.com, 2012). Un reporte de competitividad hecho por el Foro Económico Mundial, ubica a Suiza en el primer lugar, Noruega en el 16 y a Islandia en el puesto 30.

Para Colombia y según los estudios de impacto por la entrada en vigencia del Acuerdo entre Colombia y los países AELC, muestra que los sectores más beneficiados con la puesta en marcha del TLC son equipos de transporte, vehículos de motor y sus partes, productos alimenticios, derivados del petróleo, carbón, bebidas y productos de tabaco, aceites y grasas vegetales y lo que interesa para el propósito del presente estudio, los textiles, vestidos y confecciones.

Las empresas colombianas tendrán acceso inmediato preferencial para el 85,7% de las importaciones de los países del AELC, que comprenden bienes no producidos y algunos bienes producidos en Colombia, con un arancel del arancel 0% y 5%, en los sectores textiles y confecciones, minerales y piedras preciosas, metalmecánica, algunas autopartes, químicos,

algunos medicamentos, ciertos fungicidas, insecticidas y herbicidas, cauchos, maderas, máquinas y aparatos (ABCProcolombia.com, 2012).

1.5 Marco Conceptual:

Confecciones: se define como elaboración en general de prendas de vestir que se venden hechas, a diferencia de las que se encargan a medida; el termino es referido a la acción de preparar o hacer determinadas cosas a partir de la combinación de otras como insumos y materias primas; en sentido económico, es un sector muy importante en Colombia por la gran cantidad de empleos que genera y su participación en el PIB de la nación.

Ahora bien, en referencia a su incidencia en los indicadores de la nación, el sector de las confecciones desde su inicio en el mercado ha sido de gran importancia para la economía y el aparato productivo de Colombia y en especial de Santander, por esta razón es importante analizar su comportamiento y las negociaciones que se pueden realizar dentro y fuera del país, por ejemplo, la industria a nivel mundial donde se identifican los más grandes productores y exportadores de las confecciones y a su vez los principales compradores, para visualizar quienes son los competidores pero también los mercados objetivos, de esta forma es posible internacionalizar a Santander en el rubro de las confecciones, como fuente empleo y estabilidad económica (IMEBU-CDE, 2010).

Es importante para el sector de las confecciones en la región abrir nuevos mercados, apoyados por la gran capacidad trabajo y calidad existente en el país y aprovechando los convenios y acuerdos comerciales internacionales que tiene Colombia con el resto del mundo, sin embargo, se deben priorizar las tendencias de las confecciones en Santander, entender exactamente qué es lo que la gente compra, para producir lo que realmente se puede vender con

una buena calidad y competitividad, fundamentalmente en los mercados internacionales que son muy exigentes (IMEBU-CDE, 2010)

TLC: Un tratado de libre comercio es un acuerdo entre dos o más países cuyo objetivo principal es establecer reglas comunes para normar la relación comercial entre ellos, el TLC busca crear una zona de libre comercio con preferencias arancelarias, de cuotas de producto y de beneficios en normas sanitarias y de origen; entre otros, para los países que son parte del acuerdo de cooperación comercial (Cardenas S, 2013).

Si bien es cierto, cada tratado de libre comercio tiene establecidos los parámetros acordados entre las naciones que los suscriben, existen características muy comunes a todos estos convenios de cooperación, dentro de los que se puede destacar primordialmente que todos son compatibles en su temática y contenido, con las normas y reglamentos establecidos por la OMC y, además que, pese a la complejidad, no conllevan integración económica, como la que se presenta en la Unión Europea (Solares, 2012).

Otras características a las que se puede hacer referencia como comunes a todos los TLC, son que reflejan un esquema de cooperación basado en la liberación de comercio y las inversiones, fundamentalmente condicionados a las rebajas de aranceles y cuotas de mercado y a los temas de orden administrativo, para permitir que cada nación llegue con sus productos en los que tiene ventaja comparativa, a la nación o naciones con las que se suscribe el acuerdo; sin embargo, no representan una solución a los grandes problemas del sistema internacional de comercio, como es la agricultura (Solares, 2012).

Finalmente, en cuanto a cifras, los TLC representan el 90% de los acuerdos comerciales regionales notificados y se calcula que hasta el 2010 puedan llegar a 400, los tratados de comercio firmados y vigentes en el ámbito del comercio mundial (Solares, 2012).

1.6 Aspectos metodológicos

Tipo de Investigación

La metodología a adelantar es descriptiva (Creadess.org, Creadess.org, 2016), encaminada a recolectar antecedentes que le pueda brindar las mejores alternativas de solución; los datos se analizan y caracterizan para clasificarlos y direccionarlos según los objetivos que pretenda lograr al finalizar el mismo”; en este caso, el análisis de las condiciones para exportar productos a Suiza desde Colombia para el sector de las confecciones en Santander.

1.6.2 Método de Investigación:

El método a utilizar es inductivo (Creadess.org, Creadess.org, 2016), la inducción va de lo particular a lo general, para mejorar los procesos existentes y brindar soluciones a las necesidades de una comunidad, debe ser sistemática; la presente es de tipo diagnóstica, en la que se aplican en un segmento específico, el de las confecciones en la región.

1.6.3 Técnicas para recopilar la información:

La investigación se basa en Fuentes Secundarias, en estudios y trabajos adelantados sobre lo atinente al TLC suscrito entre Colombia y los países miembros de la AELC, dentro de los que se encuentra Suiza; también la consulta de todo el material bibliográfico, por ejemplo, Trade Map, Procolombia y el ABC del TLC con Suiza, Dane, Cámara directa de la cámara de comercio de

Bucaramanga; los documentos del mundo.com sobre Suiza y todo lo concerniente al tema particular de investigación y que pueda aportar para el presente trabajo.

2. Desarrollo del trabajo de Investigación

2.1 Condiciones sociales, económicas y políticas más importantes de Suiza para el establecimiento de negocios.

2.1.1. Indicadores Sociales en Suiza: Suiza presenta muy buenos indicadores en medidas de bienestar general, estando por encima del promedio mundial según (OECD-Betterlife-index, 2016) en:

Satisfacción: En general, los suizos están más satisfechos con su vida que el promedio de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico), en una escala de 0 a 10, entregaron una calificación de 7.6, una de las cifras más altas en la OCDE, donde el promedio es de 6.5.

Empleo y remuneración: el 80% de las personas de 15 a 64 años de edad en Suiza tienen un empleo remunerado. Del mismo modo, cerca del 84% de los hombres tienen un empleo remunerado, en comparación con el 75% de las mujeres (OECD-Betterlife-index, 2016)

Estado de la salud: la esperanza de vida al nacer es de casi 83 años, tres años más que el promedio de la OCDE de 80 años y una de las tasas más altas en la Organización. La esperanza de vida para las mujeres se sitúa en los 85 años, en comparación con 81 años para los hombres (OECD-Betterlife-index, 2016)

Sentido de comunidad: el 93% de las personas creen conocer a alguien en quien pueden confiar cuando lo necesiten. La participación electoral, una medida de la participación ciudadana

en el proceso político, fue del 48% durante elecciones recientes, esto se debe a la alta frecuencia con que se realizan elecciones en el país.

Calidad medioambiental: Suiza tiene un mejor rendimiento en cuanto a la calidad del agua, pues el 97% de las personas dicen estar satisfechas con la calidad del agua, cifra mayor que el promedio de la OCDE de 81% y una de las tasas más altas en la Organización.

Educación y competencias: en Suiza, tener un buen nivel educativo y de competencias es un requisito importante para encontrar empleo, el 88% de los adultos de 25 a 64 años han terminado la educación media superior, se aplica más en el caso de los hombres que en el de las mujeres, ya que el 90% de ellos han terminado con éxito la educación media superior en comparación con el 86% de las mujeres.

Seguridad personal: el 87% de las personas afirman sentirse seguras al caminar solas de noche; la tasa de homicidios (el número de asesinatos por cada 100 mil habitantes) es una medida más fiable del nivel de seguridad de un país debido a que, a diferencia de otros delitos, los asesinatos siempre se denuncian a la policía. Según la información más reciente de la OCDE, la tasa de homicidios de Suiza es de solo el 0.5.

En el único indicador que está por debajo del promedio mundial Suiza, es en compromiso cívico (OECD-Betterlife-index, 2016).

2.1.2 Indicadores económicos en Suiza: inicialmente en el orden macroeconómico, algunas relaciones que se pueden determinar cómo trascendentales para establecer negociaciones, por ejemplo, las que se destacan en Suiza que son altamente favorables a los intereses de los empresarios colombianos que adelanten ventas a ese país, por aspectos dentro de

los que sobresale el número de habitantes, el PIB anual o la renta per cápita, o ranking de competitividad, entre otros, que se presentan en la siguiente tabla:

Tabla No. 2

Indicadores macroeconómicos de Suiza

Principales indicadores macroeconómicos de Suiza					
Indicador	2012	2013	2014	2015	2016
PIB- en millones US\$	665.050	684.840	702.710	670.790	659.830
PIB - crecimiento trimestral	-0.2%	0.2%	0,8%	0.5%	0.3%
Tasa de desempleo	3.4%	3.4%	3.5%	3,5%	3.8%
Tasa de Inflación	-0.8%	-0.3%	-0.1%	-0.3%	-1.4%
PIB Per cápita en US\$	74.766.63	75.227.89	75.799.61	75.572.83	75.725.65
PIB por habitante a PPA en US\$	55.908.01	56.252.93	56.680.44	56.510.86	56.625.14
Tasa de interés interbancaria	0%	0%	0%	-1%	-0.72%
Reservas Internacionales- dic/16	220.000	430.000	440.000	530.000	646.000
(Millones - CHF)					
Deuda pública con relación - PIB	34.2%	33.9%	34%	33.4%	32.6%
Ranking de competitividad	1°.	1°.	1°.	1°.	1°.

Elaborado por: autores del proyecto, con base en (Trading-Economics, 2017)

Aparte de los buenos indicadores, es positivo resaltar la estabilidad de esta economía, primera en el ranking mundial de competitividad en los últimos 5 años (2012 a 2016); con unas tasas de interés interbancaria, por debajo del 0% en los años 2015 y 2016, reflejo de una inflación negativa, unido a un alto PIB per cápita.

Rankin de Competitividad Suizo: el índice de competitividad global, mide la forma cómo utiliza un país sus recursos, además de la capacidad para proveer a sus habitantes de un

alto nivel de prosperidad, es un indicador establecido por el foro económico mundial y muestra a la economía Suiza, como líder en este indicador desde el año 2010 (Expansión/Datosmacro.com, 2016)

Tabla No. 3

Ranking de competitividad suizo

Año	Ranking de competitividad	Índice de competitividad
2016	1°.	5.76
2015	1°.	5.70
2014	1°.	5.67
2013	1°.	5.72
2012	1°.	5.74
2011	1°.	5.63
2010	1°.	5.60
2009	2°.	5.61
2008	2°.	5.62
2007	4°.	5.54

Elaborado por: autores del proyecto, con base en (Expansión/Datosmacro.com, 2016)

Índice Doing Business: este índice clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios (Expansión/Datosmacro.com, 2016), en los últimos años, ha disminuido este indicador para Suiza, por tanto, los empresarios colombianos deben ser responsables en los diversos ámbitos, en el proceso exportador a este país; en la siguiente tabla se determina este comparativo, en aspectos como los impuestos, el comercio, los permisos de construcción y apertura de negocios, entre otros factores a analizar, desde el 2014 hasta la fecha:

Tabla No. 4**Índice Doing Business**

Año	Índice	Doing Business	Apertura de un negocio	Permisos de construcción	Obtención de electricidad	Registro de propiedades	Crédito	Impuestos	comercio
2017	76.06	31°.	71°.	68°.	7°.	16°.	62°.	18°.	37°.
2016	76.07	29°.	66°.	65°.	6°.	16°.	60°.	17°.	37°.
2015	76.04	26°.	66°.	55°.	10°.	16°.	39°.	8°.	30°.
2014	75.57	22°.	77°.	45°.	4°.	14°.	45°.	17°.	23°.

Elaborado por: autores del proyecto, con base en (Expansión/Datosmacro.com, 2016)

Indicadores logísticos en Suiza: este es uno de los países desarrollados que cuenta con mayores autopistas en proporción a su tamaño, que se financia con la administración de los peajes y el impuesto que se cobra a los vehículos.

En el tema aéreo, para acceder a Suiza se cuenta con tres aeropuertos como el de Zúrich, el de Ginebra y el de Basilea; que les permiten a los empresarios de otras partes del mundo facilitar las labores de comercio; los dos últimos aeropuertos los comparte con Francia. Por su parte en la red ferroviaria, cuenta con 5.063 km y transporta a más de 350 millones de pasajeros anualmente. La construcción de túneles a través de los Alpes ha reducido la duración de los viajes que se efectúan entre el norte y el sur (Elmundo.com, 2016)

Para exportar desde Colombia, se cuenta con varias alternativas, en los puertos de Barranquilla, Buenaventura, Cartagena y Santa Marta, parten con frecuencia semanal, barcos hacia destinos como Basilea, Ginebra y Zúrich; los recorridos duran alrededor de 30 días; Suiza no tiene salida al mar, pero cuenta con conexiones portuarias a través del Rin y es considerado uno de los centros de trasbordo más importante. Para requerimientos urgentes, se pueden enviar

los productos hacia Suiza en transporte aéreo, empresas como Air France ofrecen rutas cinco veces a la semana, lo mismo a través de otras aerolíneas como Iberia o KLM o Cargo lux, líder de movilización de carga en Europa; aprovechando la gran infraestructura de aeropuertos con que cuenta el país (Elmundo.com, 2016)

Tabla No. 5

Perfil del consumidor suizo

Perfil del consumidor en Suiza				
Sectores económicos prósperos	Comportamiento del consumidor	Perfil del consumidor, poder adquisitivo	Recurso al crédito del consumidor	Asociaciones de consumidores en Suiza
Piezas de aviones y automóviles, bienes de consumo, energía eléctrica, equipamiento médico y de seguridad, material educativo, tecnologías de la información y la comunicación.	Se fijan sobre todo en la calidad del producto, no en el diseño o marca. Lo evalúan, le dan importancia al servicio postventa. Hacen las compras en persona. Hablan con un vendedor experto.	Valoran la calidad del producto. Pagan el precio que valga. Es básico el servicio postventa, se fijan en lo fiable que sea una empresa a la hora de ofrecer el servicio postventa.	En Suiza es muy común recurrir a los créditos. Las tarjetas bancarias y de crédito son fáciles de obtener y gozan de muy buena aceptación.	FCAB: Oficina Federal del Consumidor. FRC: Federación Romanche de Consumidores

Elaborado por autores del proyecto con base en el Portal Santander (ColombiaTrade, 2012)

Dentro de los aspectos económicos, es importante valorar las cifras que se originan por el tipo de cambio, el franco Suizo es provechoso para las negociaciones de los exportadores del país, debido a que la proporción de 2.956 aproximadamente en el cambio, es altamente

beneficioso para los empresarios colombianos: “Por un franco suizo en la actualidad se entregan aproximadamente 2.956 pesos colombianos, la proporción con el dólar es de alrededor de 0.9 dólar por cada franco suizo” (Colombia.com/cambio-moneda, 2017); este país cuenta además, con excedente de presupuesto, lo que le convierte en un excelente socio comercial al momento de adelantar cualquier tipo de negociación, que permitirá el desarrollo de la estructura de las empresas de Colombia, en caso de adelantarse procesos de negociación.

2.1.3. Aspectos políticos: En el establecimiento de negocios con Suiza, puntualmente en el tema textil, se crea el procedimiento para la adopción de medidas de salvaguardia, en el marco de los acuerdos comerciales internacionales vigentes con la AELC; además, los contingentes y aranceles que hacen parte de la norma, para las importaciones de productos originarios de Suiza y Liechtenstein; del mismo modo, los establecidos sobre los compromisos en materia de origen, adquiridos por Colombia en virtud del Acuerdo de Libre Comercio entre Colombia y los cuatro estados que conforman la Unión Europea (ABCProcolombia.com, 2012).

Dentro de las partes del acuerdo, se incluye en la canasta de desgravación, artículos que entraron en vigencia desde la firma del acuerdo; aranceles preferenciales, reducción de este impuesto a otros productos, productos libre de arancel en forma parcial y otros en forma permanente, además de los mecanismos de estabilización de precios y de las medidas de compensación de precios, que indica que el arancel sobre la importación, se basará en las diferencias entre el precio local y el precio del mercado mundial, de las materias primas agrícolas incorporadas a los productos procesados y no excederá dicha diferencia, al igual que lo relativo a los subsidios para las exportaciones (ABCProcolombia.com, 2012).

En las concesiones de Suiza a Colombia, se destaca el libre ingreso sin arancel, de productos como banano y otras frutas, café en grano y procesado, gelatina, chicles y bombones,

preparaciones de frutas y hortalizas, jugos, preparaciones alimenticias, galletería y panadería, además de tabaco y cigarrillo, unido a otro tipo de bienes que se exportan desde la nación como carne seca, quesos, flores y esquejes, cacao en polvo, chocolatería y aguardiente; entre otros (Quintero, 2013)

En cuanto a lo que se importa, el análisis de (ABCProcolombia.com, 2012), indica que este factor mejorará la competitividad, debido a que se trata de bienes de capital para sectores como papel, industria gráfica, textil, entre otros; el acuerdo contiene criterios que permiten controlar la importación de bienes sometidos a procesos de re-manufactura, procesados, limpiados, inspeccionados y certificados. En normas de origen, se obtuvo trato favorable para el sector químico, acordando reglas que permiten transformar insumos para su posterior exportación con preferencias en aranceles.

Por su parte, para el sector textil y de confecciones, el acuerdo permite pactar reglas flexibles, por medio de las cuales se podrán importar hilados y telas de terceros países y exportar confecciones elaboradas con los mismos, bajo un tratamiento preferencial a cuatro nuevos mercados, permitiendo la incorporación de materias primas de terceros países (ABCProcolombia.com, 2012).

Siguiendo con el tema textil, Colombia podrá exportar libre de arancel, trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts, además sostenes (corpiños), fajas, corsés, tirantes (tiradores), ligas y artículos similares, y sus partes, incluso de punto. Del mismo modo y sin ningún tipo de impuesto arancelario, productos como suéteres y artículos similares, trajes y shorts para hombres y camisetas, de punto (Quintero, 2013)

Otras oportunidades se presentan para productos como alimentos procesados, frutas, hierbas, especias, productos orgánicos; artículos farmacéuticos con ingredientes naturales; extractos vegetales; plantas medicinales y aromáticas; software y BPO; y en gran forma para los empresarios de textiles, diseño y confección. Además de este Acuerdo comercial general, con cada uno de los países que integra la Asociación Europea de Libre Comercio, que está integrada por Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein; se firmó individualmente un Acuerdo Complementario sobre Agricultura (ABCProcolombia.com, 2012).

El acuerdo incluye un compromiso de las partes de desmonte gradual de aranceles, reglas de origen, disciplinas para facilitar el comercio de mercancías, acuerdos sobre eliminación de obstáculos al comercio y estímulo al comercio de servicios y la inversión (ABCProcolombia.com, 2012).

Las empresas colombianas tendrán acceso inmediato preferencial para el 85,7% de las importaciones de los países del AELC, que comprenden bienes no producidos y algunos bienes producidos en Colombia, con un arancel del arancel 0% y 5%, en los sectores textiles y confecciones, minerales y piedras preciosas, metalmecánica, algunas autopartes, químicos, algunos medicamentos, ciertos fungicidas, insecticidas y herbicidas, cauchos, maderas, máquinas y aparatos (ABCProcolombia.com, 2012).

“El 100% de bienes industriales cuenta con libre acceso a partir de la firma del TLC con Suiza; en productos industriales los químicos, farmacéuticos, vidrios; plásticos, cauchos y sus manufacturas; vehículos y autopartes. En los productos de confección, los textiles, las confecciones, el calzado y las joyas, gozan del mismo privilegio” (ABCProcolombia.com, 2012)

Para el caso de Colombia, existen empresas que empezaron a adelantar negociaciones con este país, con un gran éxito: “nuevas empresas no mineras empezaron a exportar sus productos por montos superiores a mil dólares a Suiza. El sector con mayor número de nuevas empresas fue flores, seguido por autopartes, instrumentos y aparatos; en textiles y confecciones, 78 empresas colombianas registraran exportaciones a Suiza superiores a 10 mil dólares” (ABCProcolombia.com, 2012)

En el acuerdo Colombia Suiza, se enmarca dentro de un tratado de doble vía que tiende a favorecer los dos países: “en este caso el comercio que ocurre entre países se denomina inter-industrial, porque se origina en sectores o industrias diferentes en cada país. En buena parte es el caso de Colombia, que exporta petróleo, café y carbón e importa computadoras y maquinaria” (Cárdenas, 2013); los suizos tienen una gran capacidad para comprar bienes y servicios, pero también para venderlos, de manera que las oportunidades se dan para las dos partes; pero para los empresarios de la nación es alta la posibilidad, no solamente de exportar los productos sino la oportunidad de incorporar mayores niveles de tecnología e innovar en los procesos productivos con los mecanismos de intercambio que se logran en el marco del acuerdo.

El TLC Colombia-Suiza, apunta a que se deben descubrir bondades muy grandes para el sector de las confecciones, ya que este segmento específico ha logrado enviar muchos productos; si el grueso de los empresarios conoce estas ventajas de abrir un mercado potencial tan grande, la economía del país tendrá un crecimiento mayor, ayudando las cifras de empleo, gran preocupación del actual presidente desde que asumió su mandato.

Tener un mercado potencial como el suizo con estas ventajas, indudablemente debe abrir las puertas para muchos vendedores colombianos, no solamente de las confecciones, también los demás sectores favorecidos con la medida.

Los empresarios deben identificar estas oportunidades y el gobierno a través de Procolombia, pretende lograr el fortalecimiento de la capacidad empresarial, así mismo la implementación de estrategias de promoción y giras empresariales en pos de lograr el máximo beneficio en la firma del tratado.

Sin embargo, cabe anotar que el tratado es más amplio, involucra otros países de la AELC, que si bien es cierto, no forman parte de la Comunidad Europea, son muy valiosos para el comercio por su alto ingreso per cápita y sus condiciones de desarrollo que permiten la llegada al país de nuevos avances en tecnología e innovación, aparte, generan grandes flujos de comercio e inversión y tiene un apartado sobre el tema agrícola en el que la nación es fuerte: “Colombia inició y desarrolló negociaciones de un Tratado de Libre Comercio con los países que integran la Asociación Europea de Libre Comercio, también conocida como AELC, por sus siglas en español. Los países que lo integran son Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein. Además de este Tratado Comercial general, con cada uno de los países se firmó individualmente un Acuerdo Complementario sobre Agricultura” (ABCProcolombia.com, 2012).

En este apartado, es importante enumerar algunos beneficios que se obtiene por parte de los confeccionistas de la nación al momento de suscribir este tratado y negociar con Suiza, dentro de los que se destaca:

El país tiene gran marcado interés en diversificar mercados, para no depender del estadounidense, que es el principal destino de los productos colombianos, o los firmados con los países de Suramérica, que han disminuido por los problemas económicos, especialmente de Venezuela; de manera que ampliar la oferta exportable es interesante para los propósitos de crecimiento no solo del sector, sino del país en general (ABCProcolombia.com, 2012).

Por la vía de las exportaciones hacia estos países con grandes ingresos, se generan empleos productivos bien remunerados, lo que forja promover el crecimiento económico y disminución de las cifras de desempleo, que augura mayor desarrollo en la nación (ABCProcolombia.com, 2012).

Colombia asegura las mejores condiciones para acceder con una gran cantidad de productos textiles y servicios en el mercado suizo, características que antes no se tenían y que tiende a favorecer los empresarios que tienen gran oportunidad de expandirse hacia ese llamativo mercado (ABCProcolombia.com, 2012).

Se estimula la presencia en el país de empresas de procedencia suiza que llegan con nuevas tecnologías y mayores niveles de innovación, diversificando los procesos productivos, aumentando la competitividad y provocando mayor eficiencia en la elaboración de los productos, con marcados beneficios para los consumidores del país.

Se incentivan las alianzas empresariales estratégicas en forma de inversión extranjera directa, que favorece los intereses de productores y consumidores colombianos, con productos de gran calidad a muy bajo costo, debido a que son elaborados con altos niveles de eficiencia.

Finalmente el flujo de turistas Suizos hacia Colombia, renglón en el que este país es muy fuerte: “Suiza está entre los 15 mayores emisores de turismo en el mundo y de los países europeos es el séptimo emisor a Colombia con 3,4%, antecedido por España 27,4%, Alemania 14,2% y Francia 12,4%, entre otros” (ABCProcolombia.com, 2012); muchos viajeros de ese país prefieren recorrer solamente Europa, pero quienes gustan de los destinos largos, Colombia es de gran atractivo por la variedad de turismo de toda índole; esto tiene también implicaciones para los empresarios de la confección que pueden mostrar sus productos.

Todas las oportunidades se deben aprovechar, dentro del turismo se pueden incluir ruedas de negocios para mostrar las bondades de los productores del país, especialmente en el campo de las confecciones; Suiza al tener estaciones, es un comprador permanente de la producción nacional, los empresarios poseen un flujo continuo para este mercado.

Otros grandes beneficios que se obtienen para el sector textil dentro del marco del tratado como la que se indica por parte de Procolombia, en donde se manifiesta que se pactaron reglas flexibles para el sector textil y confecciones que permitirán a los confeccionistas importar hilados y telas de terceros países y exportar confecciones elaboradas con los mismos bajo un tratamiento preferencial a cuatro nuevos mercados. Esos nuevos mercados son los países que junto con Suiza conforman la AELC (ABCProcolombia.com, 2012).

En las disposiciones de orden administrativo, que también retardan la entrada de productos, Colombia logró avances significativos que favorecen los intereses de los empresarios del país, para la facilitación del comercio, se acordaron disposiciones relacionadas con la implementación de procedimientos aduaneros simplificados, y otros relacionados, que conllevarán al ágil despacho de las mercancías y le dan al usuario aduanero mayor previsibilidad y seguridad en las operaciones de comercio exterior que realice (ABCProcolombia.com, 2012).

De otra parte, un artículo escrito para la Universidad Eafit, en el que se analiza la política exterior de Colombia desde una perspectiva liberal, analizando el primer año de la administración Santos (Álzate, 2016), entrega un concepto muy representativo del comercio exterior, entendido como una práctica crucial para el establecimiento o profundización de las relaciones entre distintos países, que también conforma un componente importante dentro del estudio de las relaciones internacionales y de la economía política internacional; al configurarse

como una actividad altamente sensible para las decisiones de tipo político y para el desarrollo de relaciones diplomáticas entre los Países.

Sin embargo, se debe tener en cuenta que la globalización mundial y la internacionalización de la economía, conformando el mundo en un solo mercado, ha dado al traste con procesos productivos ineficientes, los bienes y servicios que se comercializan en el mundo son los de mejor calidad y los elaborados con alta competitividad; los productos fabricados sin estas condiciones, están condenados a desaparecer y priman los empresarios que adelantan su producción con una gran planeación y pensando en el consumidor, no solo con calidad, también con precios; las confecciones no son la excepción.

Las empresas multinacionales muestran sus mercancías por el mundo, acabando con la producción nacional baja en competitividad; proteger industrias ineficientes no es la solución, el mundo se ha globalizado y la economía ha demostrado históricamente un gran desarrollo para las naciones que abrieron sus puertas al mercado y un gran atraso y pobreza para quienes decidieron cerrarlas; “el mercado es la mejor opción para asignar de manera eficiente los recursos”; afirmó Adam Smith en su libro “la riqueza de las naciones” (Cárdenas, 2013).

El comercio internacional debe permitir a los países la especialización en los bienes que elabora con eficiencia y la importación de los productos que le cuesta producir, situación ya mencionada en la famosa “ventaja comparativa” del economista David Ricardo (Cárdenas, 2013); los procesos de internacionalización de la economía ya no tienen marcha atrás, por tanto se deben explotar las condiciones entregadas en los tratados de libre comercio para utilizar aspectos como las ya citadas rebaja de aranceles y demás disposiciones administrativas.

Buscar los sectores en los que se es fuerte para acrecentar las condiciones; las confecciones de la región han demostrado esas virtudes con el paso de los años: “al observar el comportamiento anual de las exportaciones por regiones, se encuentra una marcada concentración de Santander en dos partidas arancelarias, las cuales explican más de la mitad de las ventas al extranjero. Estas partidas que están relacionadas con ropa de bebés y niños, mostraron en todos los departamentos analizados fuertes caídas por la crisis venezolana” (Camaradirecta.com, www.camaradirecta.com, 2017); entonces la oportunidad de nuevos mercados es la estrategia a adoptar para no perder nivel de ventas.

De igual forma, existe la necesidad de realizar una diversificación en la producción para llegar a estos nuevos mercados que brindan como oportunidad los tratados de libre comercio, dentro del marco de la citada internacionalización de la economía: “la baja diversificación de productos y mercados que experimenta la industria de las confecciones en el departamento, es una señal clara de la necesidad de emprender nuevas estrategias que ayuden a esta actividad a alcanzar un mayor flujo comercial con diferentes regiones del mundo (Camaradirecta.com, www.camaradirecta.com, 2017)

2.2 Características de las importaciones de Suiza en productos de confecciones.

(Comportamiento de las importaciones, principales productos importados, origen de las importaciones)

El siguiente cuadro muestra los principales productos importados por Suiza desde el mundo, (2012-16), las cifras son en miles de dólares americanos. (Trademap, 2017):

Tabla No. 6

Principales productos importados por Suiza desde el Mundo 2012-16

Código	Descripción del producto	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016
Total	Todos los productos	295.071.061	321.050.462	275.053.993	253.152.460	269.157.232
71	Perlas finas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas.	114.337.475	136.394.168	88.067.368	87.011.578	99.675.030
30	Productos farmacéuticos	20.392.724	22.112.589	23.526.978	21.725.768	24.674.012
84	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas.	18.606.190	19.783.991	20.190.540	17.835.262	17.422.221
87	Vehículos automóviles, tractores y demás vehículos terrestres y accesorios	15.358.724	14.662.444	15.228.672	14.948.287	14.616.246
85	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción.	14.592.582	14.781.333	14.967.443	13.804.484	13.541.310
29	Productos químicos orgánicos	13.446.489	14.579.951	14.634.186	11.273.420	12.496.351
90	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía, de medida, control o precisión.	6.896.667	7.462.876	7.827.285	7.342.525	7.471.556
62	Prendas y accesorios de vestir, excepto los de punto	2.928.617	2.997.803	3.138.288	2.927.416	3.157.061
61	Prendas y accesorios de vestir de punto	2.388.063	2.460.258	2.525.630	2.282.078	2.410.291

Elaborado por: autores del proyecto, con base en los datos tomados de (Trademap, 2017)

Las prendas y complementos de vestir código 62, se ubican dentro de los principales 10 productos de importación en Suiza, sin embargo, representan solamente el 1.1% de las importaciones en ese país; desde el año 2012 hasta el 2016, el incremento en las importaciones de la posición arancelaria 62 ha sido del 7.2%. Por su parte, la posición arancelaria 61, está en los principales 20 productos importados por Suiza y representan el 0.84% de sus compras; desde el año 2012 hasta el año 2016, el incremento es del 1%.

Origen de las Importaciones: Para abordar el tema de las confecciones importadas por Suiza, el siguiente cuadro presenta los primeros países que exportan a Suiza partida 62:

Tabla No. 7

Principales países exportadores de confecciones a Suiza partida 62

Exportadores	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016
Mundo	2.928.617	2.997.803	3.138.288	2.927.416	3.157.061
China	816.262	871.197	928.711	870.462	916.838
Italia	393.379	408.720	419.813	392.219	422.640
Alemania	300.824	253.116	237.261	235.402	272.929
Bangladesh	121.805	135.570	143.915	152.349	186.358
Turquía	163.363	160.256	167.794	154.692	174.382
Vietnam	65.068	78.074	98.629	98.819	123.422
India	94.761	97.851	108.512	109.553	121.373
Rumania	90.311	98.817	102.096	89.270	92.608

EXPORTACIÓN DE CONFECCIONES A SUIZA

39

Túnez	57.760	70.381	77.216	68.579	77.202
Francia	101.556	96.899	93.192	73.680	67.848
Colombia	718	1.030	1.619	1.349	1.229

*Cifras en miles de dólares americanos

Elaborado por: autores del proyecto, con base en los datos tomados de (Trademap, 2017)

El anterior cuadro presentó las importaciones de Suiza desde el mundo de la partida 62, prendas y complementos – accesorios - de vestir, excepto los de punto del año 2012 al 2016, es importante entender para el confeccionista colombiano, cuales son los principales competidores de sus productos:

Tomando como referencia el año 2016, el primer país que es la China, exporta el 29% de las confecciones partida arancelaria 62 hacia Suiza; los siguientes países son Italia con el 13.39%, Alemania con el 8,64% y Bangladesh con el 5.9% del total de exportaciones a Suiza, siempre teniendo como referencia el año 2016.

Bangladesh sorprende con las exportaciones en las dos partidas, sin embargo, es un país con gran prestigio en las prendas de vestir, fundamentalmente porque tiene mayor acceso a los mercados, más flexibilidad en la formulación de las normas multilaterales de comercio y cuenta con una asistencia destinada específicamente a la infraestructura comercial; entre otros aspectos que le permiten tener un gran nivel de exportaciones en este sector (Wto.org, 2016)

Por su parte, Colombia, se encontraba exportando 718 mil dólares en el año 2012, año en que empezó el TLC y 1.229 mil dólares en el año 2016; su porcentaje de participación en el total de importaciones de Suiza es del 0.039% en el 2016, siempre tomando como referencia la partida

62. Una suma muy irrisoria, sin embargo, el crecimiento de las exportaciones para esta partida del 2012 al 2016 ha sido del 71.17%.

De otra parte, al revisar la partida 61, prendas y accesorios de vestir, excepto los de punto, el comportamiento de los países exportadores, es bastante similar a la partida anterior, el siguiente cuadro presenta esta estadística:

Tabla No. 8

Principales países exportadores de confecciones a Suiza partida 61.

Exportadores	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016
Mundo	2.388.063	2.460.258	2.525.630	2.282.078	2.410.291
China	637.851	685.404	730.422	661.263	663.919
Alemania	285.178	246.308	229.426	216.092	248.055
Turquía	229.924	239.911	246.253	216.340	235.275
Bangladesh	159.379	178.343	190.164	187.845	228.409
Italia	235.708	242.479	234.162	201.791	211.464
India	126.773	124.601	122.939	119.497	112.384
Camboya	40.069	44.591	53.719	55.460	64.576
Portugal	55.502	56.711	57.774	50.787	51.103
Bulgaria	28.975	30.343	32.939	32.731	45.323
Vietnam	21.873	28.594	32.479	34.664	44.150
Colombia	650	634	430	325	473

*cifras en miles de dólares americanos

Elaborado por: autores del proyecto, con base en los datos tomados de (Trademap, 2017)

La China continúa siendo el primer país exportador de confecciones partida 61 a Suiza y el porcentaje de participación en este rubro es del 27.54%, le sigue Alemania con una cifra porcentual del 10.29%, Turquía con el 9.76% y Bangladesh, país que como se acotó

anteriormente, tiene gran reputación como vendedor de prendas de vestir de bajo costo, con el 9.48%; del total de importaciones de Suiza. Colombia en esta partida 61 registró exportaciones en el 2012 de 650 mil dólares y en el 2016 de 473 miles de dólares americanos, registrando un decrecimiento del 27.23%, desde la firma del tratado.

Comportamiento de las exportaciones colombianas: las prendas y accesorios de vestir de punto, partida 61, registró el siguiente comportamiento para los años 2012 a 2016 para Colombia hacia Suiza:

Tabla No. 9

Principales productos exportados a Suiza, partida 61.

Código	Descripción del producto	2012	2013	2014	2015	2016
6104	Trajese sastre, conjuntos, chaquetas, vestidos, faldas, pantalones...	24	4	7	26	25
6110	Suéteres "jersey", "pullover", cardiganes, chalecos y artículos de punto...	103	0	1	11	11
6107	Calzoncillos, "slips", camisones, pijamas, albornoces de baño, batas...	4	0	0	0	7
6114	Prendas de vestir especiales, para usos específicos: profesional, deportivo, etc...	32	7	2	6	7
6106	Camisas, blusas de punto, para mujeres o niñas (excepto "T-shirts" y camisetas)	26	10	10	9	5
6108	Combinaciones, enaguas, bragas calzones.	2	1	0	0	4
6103	Trajese conjuntos, chaquetas "sacos", pantalones largos, pantalones con peto...	68	0	3	2	4
6109	T-Shirts y camisetas de punto	80	1	6	0	1

6105	Camisas de punto, para hombres o niños (excepto camisones, "T-shirts" y camisetas)	0	8	0	0	0
------	---	---	---	---	---	---

*Cifras en miles de dólares americanos

Elaborado por: autores del proyecto, con base en los datos tomados de (Trademap, 2017)

Las únicas partidas que registraron incrementos para el año 2016, tomando como comparación el año 2012, fueron las 6104, 6107 y 6108; las demás, decrecieron tomando esta misma referencia.

El siguiente cuadro muestra las prendas y accesorios de vestir, excepto las de punto, partida 62, exportadas por Colombia a Suiza, años 2012 al 2016.

Tabla No. 10

Principales productos exportados a Suiza, partida 62.

Código	Descripción del producto	2012	2013	2014	2015	2016
6204	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas "sacos", vestidos, faldas, pantalones...	175	62	107	93	117
6203	Trajes, conjuntos, chaquetas, sacos, pantalones, pantalones con peto...	0	0	63	1	6
6202	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras, sacos, faldas, pantalones...	0	0	0	0	68
6206	Camisas, blusas, para mujeres o niñas.	4	75	452	241	168
6205	Camisas, camisetas, hombres o niños.	0	76	533	333	260
6212	Sostenes, corpiños, fajas, corsés, tirantes, ligas y artículos similares...	150	100	69	110	63
6211	Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte...	3	0	0	3	1

6208	Camisetas, interiores, combinaciones, enaguas, bragas, bombachas, calzones..	1	1	1	0	1
------	---	---	---	---	---	---

Elaborado por: autores del proyecto, con base en los datos tomados de (Trademap, 2017)

Es muy representativa la partida 6205, de camisas y camisetas para hombre y niño, que de no exportar nada en el 2012, en el año 2016 reportó ventas por el orden de los 260 mil dólares, al igual que la 6206 de camisas y blusas para mujeres, que exportaba solo 4 mil dólares en el 2012 y en el año 2016 reportó ventas de 168 mil dólares.

También se ha incrementado la partida 6202, correspondiente a abrigos y chaquetas de cero en el 2012 a 68 en el 2016; por su parte han disminuido las partidas 6204 y 6212, que, a pesar de mostrar ventas significativas para el segmento en el 2016, han rebajado en comparación con el 2012.

Se puede distinguir la venta de artículos en todas las partidas, lo importante es cumplir con los requisitos de exportación de calidad y responsabilidad social empresarial exigidos por Suiza al igual que los aspectos legales, en estos aspectos radican los principales problemas para los exportadores colombianos. Suiza por tener estaciones, requiere todo tipo de prendas, lo importante es la calidad del producto y el cumplimiento de los requisitos legales.

2.3 Requisitos de ingreso de productos de confecciones de Santander al mercado suizo, de acuerdo a las condiciones establecidas en el acuerdo.

Los siguientes son los requisitos de ingreso al mercado de Suiza, esenciales para que las empresas colombianas pueden acceder con sus productos.

2.3.1. Requisitos de ingreso al mercado de Suiza:

Normas de Origen: dentro de los criterios de origen, se presentan dos casos muy puntuales en la exportación de mercancías, primero que el producto sea obtenido sin la participación de materias primas o demás componentes importados; en esta situación, la calificación de origen no presenta dificultad; el segundo caso es el de los bienes que poseen partes y componentes importados de origen desconocido; en este aspecto, se exige por parte de Suiza, que los bienes hayan sufrido una transformación tal, que los convierte en un producto terminado con fines y usos completamente diferentes; sin embargo, se permite la exportación de estas mercancías según las partes del acuerdo (MinCIT, 2016)

Condiciones de expedición: los productos originarios deben transportarse directamente del país exportador al país que otorga las preferencias arancelarias, en este caso Suiza; se exceptúan aquellas condiciones en las que el producto debe entrar a terceros países solo para casos de re embalaje, almacenamiento, mantenimiento del producto en buenas condiciones, entre otras; justificado por razones geográficas o necesidades de transporte (MinCIT, 2016)

Pruebas documentales: en las que se indican las normas y criterios a cumplir, con la firma de las entidades oficiales competentes; es el denominado certificado de origen, que se solicita por cada embarque, acompañado de la respectiva factura comercial; para el caso de Suiza, la

validez del certificado es de 10 meses contados a partir de la fecha de expedición (MinCIT, 2016)

La información que se requiere para la expedición del certificado de origen, es la siguiente:

Identificación de la empresa

Producto a registrar

Materiales de origen extranjero

Materiales Nacionales

Costo y valor del producto

Proceso de producción

Principales características técnicas del producto

Usos y aplicaciones del producto

Porcentaje de valores agregados

Nombre, firma del representante legal y fecha.

El exportador debe comprometerse a suministrar la información requerida por las autoridades suizas, cuando exista duda por algún aspecto, para validar y verificar los datos consignados en el formulario (MinCIT, 2016).

Despacho de aduana de mercancías: la documentación que se necesita en Suiza para la autorización de las exportaciones es: factura comercial, conocimiento de embarque, lista de empaquetado, certificado de origen y certificados especiales en caso de alimentos, ganado y productos de origen animal. (Trade, 2016)

Declaraciones necesarias: los productos importados deben declararse en la Oficina de Aduanas correspondiente en el plazo que corresponda según el medio de transporte: 24 horas para los productos transportados por carretera, 48 horas para los transportados por vía fluvial, 7 días para los transportados en ferrocarril o avión (Trade, 2016).

El importador puede examinar los productos antes de presentarlos para su despacho. Para los trámites aduaneros suizos es suficiente una factura comercial ordinaria por duplicado o triplicado se considera. La factura debe contener los siguientes detalles: descripción de los productos y empaquetado, peso neto y bruto de cada paquete, cantidad (en términos métricos), país de origen, y valor CIF (costo seguro y flete) en la frontera Suiza (ColombiaTrade, 2012)

Certificados Sanitarios: Se requieren certificados sanitarios específicos, aprobados por las autoridades competentes del país exportador, para los animales y productos de origen animal (incluidos peces y abejas).

El envío de ciertas verduras, frutas frescas y plantas salvajes debe contar con certificados fitosanitarios oficiales del país de origen.

Restricciones: existen restricciones establecidas por el gobierno de Suiza, para la exportación, importación y el tránsito de productos utilizables para propósitos civiles y militares y es miembro activo de todos los principales regímenes de control de la exportación, incluyendo el Arreglo de Wassenaar, el Régimen de Control de Tecnología de Misiles, el Grupo de Suministro Nuclear, el Grupo Australia y la Convención de Armas Químicas (es.portal.santandertrade.com, s.f.)

La Oficina para el Control de la Exportación y Sanciones dentro del Secretariado de Estado de Economía (SECO) es responsable de la implementar los compromisos suizos conforme a los

regímenes multilaterales de control de la exportación. El SECO puede denegar una licencia de exportación si hay razón para asumir que los productos puedan ser usados para el desarrollo, la producción o el uso de armas biológicas o químicas, servir para el desarrollo o contribuir a los armamentos convencionales de un estado o que, por su comportamiento, pongan en peligro la seguridad global o regional. (es.portal.santandertrade.com, s.f.)

Control de calidad de los productos: la empresa encargada de ejercer el control de calidad de los productos que ingresan al país es la SNV (Schweizerische Normen Vereinigung); asociación que sirve como coordinadora nacional para las organizaciones suizas interesadas en los estándares y que ofrece información sobre los nuevos tipos de normalización. (es.portal.santandertrade.com, s.f.)

Regulación del transporte en Suiza: La oficina Federal de Transporte, regula este aspecto en Suiza, está adscrita al Departamento de Medio Ambiente, Transporte, Energía y Comunicación, los principales medios de transporte son (es.portal.santandertrade.com, s.f.):

Por vía marítima: puerto de Suiza y las principales empresas son ABC Maritime AG, Enzian Shipping AG, Massoel, Reederei Zürich AG, Empresa Mediterránea de Transporte; la administración del transporte corre por cuenta de la Oficina Federal de Transporte.

Por vía aérea: Suiza cuenta con los siguientes aeropuertos: Aeropuerto de Zúrich, Aeropuerto de Ginebra, Aeropuerto de Berna, Aeropuerto de Basilea, Profesionales del transporte, Swiss International Airlines; la administración del transporte la realiza la Oficina Federal de Aviación Civil (OFAC).

Por vía terrestre: Profesionales del transporte, PBS (Pro Bahn Schweiz) (en alemán) UTP (Federación de Transportes Públicos); la Administración del transporte terrestre es responsabilidad de la Oficina Federal de Carreteras (FEDRO)

Por vía férrea: Ferrocarriles Federales Suizos, PBS (Pro Bahn Schweiz) (en alemán) UTP (Unión de transportes públicos), es administrado por la Oficina Federal de Transporte. (es.portal.santandertrade.com, s.f.)

2.3.2 Otros requisitos exigidos por Suiza

En el país Helvético, se exige para los productos que ingresan desde Colombia, otro tipo de requisitos dentro de los que se destaca:

Respetar las convenciones fundamentales de la organización internacional del trabajo OIT (Landmark-project.eu, s.f.)

El triple sello, que certifica empresas libres de Trabajo Infantil, libre de Discriminación y libre de Trabajo Forzoso; expedido con la asesoría de la Secretaría de Estado de Economía de la Confederación Suiza (SECO), que los acredita como un producto socialmente responsable (ibce.org.bo, 2014).

Restricciones establecidas por el gobierno de Suiza, para la exportación, importación y el tránsito de productos utilizables para propósitos civiles y militares, por ser miembro activo de todos los principales regímenes de control de la exportación, incluyendo el Arreglo de Wassenaar, el Régimen de Control de Tecnología de Misiles, el Grupo de Suministro Nuclear, el Grupo Australia y la Convención de Armas Químicas (es.portal.santandertrade.com, s.f.)

La Oficina para el Control de la Exportación y Sanciones dentro del Secretariado de Estado de Economía (SECO), se encarga de implementar los compromisos suizos conforme a los regímenes multilaterales de control de la exportación. El SECO puede denegar una licencia de exportación si hay razón para asumir que los productos puedan ser usados para el desarrollo, la producción o el uso de armas biológicas o químicas.

Para el control de calidad de los productos que ingresan al país, la encargada es la SNV (Schweizerische Normen Vereinigung); asociación que sirve como coordinadora nacional para las organizaciones suizas interesadas en los estándares y que ofrece información sobre los nuevos tipos de normalización. (es.portal.santandertrade.com, s.f.)

Adicionalmente, en Colombia, Fenalco entrega un certificado en Responsabilidad Social, encaminado a ratificar acciones para sus buenas practicas, la vigencia es de un año y obtenerlo, ratifica el compromiso de la organización con la sociedad y el planeta, se busca además que la inversión social de las empresas sea continua. (Fenalcosolidario.com, s.f.)

Hay que examinar las salvedades sanitarias, todas las normas de mercado solicitadas, el empaque de los productos, su embalaje y demás condiciones acordadas.

Los citados anteriormente, son los requisitos exigidos por Suiza para el establecimiento de negocios, también se incluyeron exigencias adicionales que demanda ese país, que como se ha acotado, es muy severo con las prácticas de responsabilidad social empresarial.

A continuación, se describen algunas generalidades del mercado suizo, que deben conocerse para el establecimiento de negocios con esa nación:

2.3.3. Generalidades para el establecimiento de negocios con Suiza:

Dentro del análisis de los requerimientos de mercados tan exigentes como el Suiza, se pueden determinar algunos aspectos claves para que la experiencia exportadora no sea un fracaso, estos son entre otros a saber:

Revisar las condiciones requeridas tanto por el gobierno, al igual que por los consumidores; para que no se fracase en la experiencia exportadora.

Estricto control de los requerimientos ecológicos, debido a la responsabilidad de los suizos con el medio ambiente; las mercancías deben regirse bajo unas estrictas inspecciones.

Las telas orgánicas son muy populares en esta región, así mismo la vestimenta sostenible.

Este mercado tiene grandes niveles de competitividad, las empresas deben producir con altos estándares de calidad y eficiencia.

La responsabilidad social empresarial no solo supone el compromiso con el medio ambiente, también se tienen en cuenta los procesos productivos elaborados bajo normas técnicas y con condiciones de trabajo justas, donde no se promueva el trabajo infantil y se tenga en cuenta la prevención de los derechos humanos.

2.3.4. Otras condiciones del mercado suizo para exportar desde Colombia:

Los empresarios de confecciones deben tener claras las exigencias del mercado suizo, para aprovechar una gran cantidad de garantías otorgadas por el tratado, dentro de las que se destaca el compromiso en la rebaja de aranceles, la flexibilidad en las reglas de origen y todos los demás convenios para la eliminación de obstáculos al comercio; el acuerdo permite a los empresarios de

este segmento, entrar de manera inmediata sin aranceles y sin reparos sobre el origen de la materia prima, sin embargo realizando procesos responsables con el medio ambiente.

Las reducciones a cero aranceles, debe convertirse en una herramienta competitiva para los empresarios de las confecciones de Colombia, que no contaban con este privilegio, penetrando el mercado a través de las diversas tiendas o la venta paralela por internet, en las distintas agencias virtuales o utilizando un importador grande en Suiza que permita la venta de los productos y este a su vez los distribuya.

Como el convenio es de orden bilateral, los empresarios de Colombia pueden aprovechar la llegada de empresas suizas, que, en alianza con los empresarios colombianos, adelanten procesos productivos competitivos, con mayores niveles de tecnología, beneficiándose de la entrada y salida de bienes, capitales y la flexibilidad en la consecución de la materia prima e insumos.

El creciente mercado, en el cual los consumidores prestan mayor atención y dedican más dinero a la compra de ropa, unido a las estaciones que se presentan, hace que los suizos tengan un guardarropa muy variado, en el que las chaquetas y abrigos forman parte de su vestuario, al igual que todo tipo de accesorios; esta situación que debe ser tomada en cuenta por los productores colombianos de este segmento y de cada uno de los nichos específicos de mercado; con prendas que pueden venderse a precios considerablemente más altos que en el mercado local, por el alto ingreso per cápita que poseen.

En Suiza también se han vuelto populares los artículos relacionados con el bienestar de la población, prendas deportivas como sudaderas y todo tipo de camisetas para la práctica del ejercicio, pueden introducirse a través de los canales citados como agentes intermediarios,

comprador directo en Suiza, o importadores que compran los productos para distribuirlos en las tiendas o almacenes especializado.

En el tema de las exportaciones de prendas de vestir, inicialmente se realiza un esbozo de los aspectos generales de Suiza para la importación de productos, en el marco del TLC suscrito con ese país; revisando las oportunidades más importantes que se deben explotar por parte de los empresarios colombianos de la confección, para incursionar en el mercado suizo, aprovechando las condiciones favorables del convenio adelantado con este país desarrollado y con gran ingreso per cápita en Europa son:

Los consumidores en Suiza, buscan sus productos en diversas tiendas, o la utilización de venta paralela por internet o en agencias virtuales; estos canales deben ser conocidos por los empresarios colombianos para el establecimiento de páginas web o sucursales virtuales, a las que se tiene la oportunidad de acceder las 24 horas del día, todos los días de la semana (ABCProcolombia.com, 2012).

Las estaciones que se presentan en Suiza, hacen que los consumidores tengan un guardarropa muy variado, las chaquetas y abrigos forman parte de los estantes de todas las tiendas de ropa, los empresarios locales deben enfilar baterías hacia los productos más apetecidos por estos consumidores que además poseen gran capacidad de compra. Se pueden introducir variedad de modelos de acuerdo a la época del año (ABCProcolombia.com, 2012).

El creciente mercado masculino, hace que ahora los hombres en Suiza prestan mayor atención y dediquen más dinero a la compra de ropa y todo tipo de accesorios, es así como cadenas de almacenes tan populares como H&M, surtan tiendas enteras con producción

solamente para el gusto masculino, situación que debe ser tenida en cuenta por los productores colombianos de este segmento particular (ABCProcolombia.com, 2012).

Los productos relacionados con el bienestar de la población hacen parte del consumo habitual del suizo, por tanto, los artículos deportivos como sudaderas y todo tipo de camisetas para la práctica del deporte, tienen oportunidades con la firma del acuerdo, aprovechando la calidad del producto nacional que es reconocida por los consumidores de ese país (ABCProcolombia.com, 2012).

Finalmente, los canales de distribución, se puede recurrir a agentes intermediarios o al comprador directo en Suiza, también a importadores que compran los productos.

“Hay que contar con una gran capacidad de respuesta a las condiciones de los negocios, de manera que las soluciones corresponde encontrarlas rápidamente para enmendar los posibles reclamos; la puntualidad debe estar a la orden del día para cumplir con los compromisos comerciales que se adquieren” (ABCProcolombia.com, 2012).

El hecho de no poseer la mejor tecnología y el insuficiente capital incorporado en los procesos, no debe ser una excusa para no cumplir con las obligaciones adquiridas. La empresa debe adecuarse a las condiciones de este mercado (ABCProcolombia.com, 2012).

2.3.5. Pasos sugeridos por Procolombia para exportar desde el país: (Procolombia, 2012)

A continuación, se relacionan los pasos establecidos por Procolombia para la exportación de bienes y servicios desde Colombia; adecuados a las características del mercado suizo (ABCProcolombia.com, 2012)

Registro como exportador: el empresario colombiano debe tramitar el registro único tributario, (RUT) en cualquier oficina de la DIAN o SuperCade, es lógico que la empresa debe estar legalmente constituida en cámara de comercio para poder adelantar los trámites pertinentes.

Estudio de mercado y localización de la demanda potencial: para considerar una demanda como efectiva, es necesario que exista el número suficiente de consumidores que quieran comprar el producto; también estudiar la forma de utilizar canales de comercialización adecuados y cumplir con las especificaciones requeridas del producto en Suiza, así mismo es importante revisar la capacidad de producción para cumplir a tiempo con los pedidos.

Ingresar al mercado suizo, implica para los empresarios colombianos, el desafío de ofrecer productos cualificados, llamativos y con procesos comprometidos con la responsabilidad social y ambiental; este país es muy comprometido con el medio ambiente y en él, las calificaciones internacionales cobran gran importancia; hay que ser más competitivos en las empresas (Mincit.gov.co, 2012)

Se debe realizar un estudio sobre la oferta de vestuario en Suiza, saber qué tipo de productos se ofrecen y cuál es la principal competencia para los confeccionistas colombianos, con base en este análisis determinar los productos adecuados y los precios a fijar para ser competitivos. También identificar los canales de distribución idóneos para los confeccionistas colombianos, asistiendo a eventos feriales con la ayuda de Procolombia para acceder de mejor forma al consumidor suizo.

Los rasgos de cada segmento de mercado son muy diferentes, se debe revisar los gustos, preferencias, hábitos y necesidades más apremiantes para tener garantizadas las compras y llegar con los productos requeridos; teniendo en cuenta que el país tiene estaciones y la demanda es

variada: abrigo, suéteres, jeans, deportivos y ropa especializada entre otros

(ABCProcolombia.com, 2012)

Ubicación de la posición arancelaria: 62 y 61 son las partidas arancelarias y las subpartidas 01 abrigos, 02 para chaquetas y así sucesivamente.

Procedimientos de visto bueno: para consultar si el producto requiere permisos previos para la autorización de la exportación. Luego de tramitarlos, debe presentar la Solicitud de Autorización de Embarque ante el sistema informático de la DIAN; hay que examinar los requisitos de comercio, para llegar con los precios más bajos de acuerdo a las condiciones suscritas en el tratado, lo mismo para el tema de las preferencias arancelarias, estos aspectos vuelven los productos más competitivos en el mercado internacional.

Procedimientos aduaneros para despacho ante la DIAN: que debe cumplir el productor para adelantar el proceso exportado, dentro de estas normativas se encuentran el verificar los términos de negociación, una vez se tenga lista la mercancía que será exportada, utilizar un agente de carga o marítimo, para la contratación de transporte internacional; los Incoterms más usados en Colombia, son el FOB para traslados en Barco y el CIF para transporte aéreo utilizado también en Suiza). Del mismo modo, revisar los requisitos exigidos por el gobierno, las salvedades sanitarias, todas las normas de mercado solicitadas, el empaque de los productos, su embalaje y demás condiciones acordadas.

Igualmente, solicitar en la Dian del puerto de embarque, Aeropuerto o Paso de Frontera, la Solicitud de Autorización de Embarque y cuando las exportaciones superan los 10 mil dólares, hacer el procedimiento a través de Agencia de Aduanas.

Medios de pago: los medios de pago internacionales más frecuentes, son las transferencias bancarias, cartas de crédito, letras avaladas; entre otras; lo más recomendable para el exportador, es que recurra a su banco comercial de confianza en Colombia, con este tramita la carta de crédito de exportación, avalada por un banco corresponsal en el exterior, quien responde por los dólares producto de la venta.

Suiza cuenta con una banca altamente desarrollada, los bancos corresponsales en este país, son los garantes para las exportaciones realizadas por los confeccionistas colombianos y respaldan las operaciones de comercio.

Procedimientos cambiarios o reintegro de divisas: se realizan a través de los bancos comerciales y otras entidades financieras. El trámite se perfecciona con el Banco de la República, máxima autoridad monetaria y cambiaria en Colombia.

2.3.6. Generalidades del acuerdo Colombia - AELC:

Los acuerdos establecidos en los TLC, regularmente incluyen la disminución en la parte arancelaria, las cuotas de producto o contingentes y las barreras administrativas, el firmado con los países de la AELC no es la excepción y los empresarios se benefician con estos compromisos bilaterales: “el Tratado de Libre Comercio con los países de la AELC incluye compromisos de las partes de desmantelamiento de sus respectivos aranceles, reglas de origen, disciplinas para facilitar el comercio de mercancías, acuerdos sobre eliminación de obstáculos al comercio y para estimular el comercio de servicios y la inversión, entre otros temas. Lo complementan los 3 acuerdos firmados de manera bilateral con Suiza, Noruega e Islandia” (ABCProcolombia.com, 2012): el arancel para todos los productos de las confecciones es de Cero.

Cuando una empresa quiere adelantar una estrategia exportadora hacia cualquier país, lo primero que debe hacer es revisar las condiciones de la demanda, el tipo de producto que se exportará y la adecuación del precio para ser competitivo, se debe evaluar los posibles consumidores, existe la posibilidad de realizar la exportación a través de cadenas de almacenes o intermediarios; revisar igualmente los usos alternativos que se puede dar al producto y los requerimientos solicitados por los Suizos para la producción: “alimentos procesados, Software y BPO, frutas y verduras orgánicas, ingredientes naturales y prendas de vestir son los principales sectores identificados por Procolombia para incursionar en ese país” (ABCProcolombia.com, 2012)

Ahora bien, entrar a este mercado suizo, impone para los empresarios colombianos, el desafío de ofrecer productos cualificados, llamativos y con procesos comprometidos con la responsabilidad social y ambiental. Es un país en donde las certificaciones internacionales cobran gran importancia y obtenerlas debe convertirse en una prioridad para aumentar la competitividad de las empresas (ABCProcolombia.com, 2012); los productos deben ser de la mejor calidad y la responsabilidad social empresarial aplicada a todos los procesos productivos.

Las empresas colombianas que quieran exportar, también deben realizar un estudio profundo sobre la oferta de vestuario en Suiza, saber qué tipo de productos se ofrecen y cuál es la principal competencia para los confeccionistas colombianos que deseen incursionar a este mercado; con base en este análisis determinar los productos adecuados y los precios a fijar para ser competitivos. Para identificar los canales de distribución adecuados para los confeccionistas colombianos; hay que detectar los eventos feriales y otras oportunidades para acceder al consumidor suizo; ingresar con éxito en este exigente mercado, les dará a los empresarios la

experticia para llegar a otros países igual de exigentes y competitivos (ABCProcolombia.com, 2012).

Al estudiar el tema de las alianzas que se puedan lograr con empresarios de ese país, aumentando los flujos de inversiones y realizando producciones conjuntas que son más competitivas, con avanzados niveles de tecnología, esas uniones garantizarían la llegada al mercado con la seguridad casi total que no se fracasa en el intento: “Oportunidades para los exportadores colombianos, para la captación de inversión extranjera directa y atracción de turistas internacionales son, entre otras, las posibilidades que ofrece el TLC con Suiza” (ABCProcolombia.com, 2012).

Los empresarios colombianos deben aprovechar el gran prestigio del que se goza en el sector de prendas de vestir, donde el confeccionista colombiano se reconoce por la gran calidad de sus productos, las entregas justo a tiempo, además la capacidad para realizar diseños originales, lo que le ha permitido desarrollar una progresiva imagen de moda; es la oportunidad de posicionarse como un proveedor sólido en Suiza con alto nivel de servicio (ABCProcolombia.com, 2012)

La nación, a través de Procolombia, en conjunto con la empresa privada, deben sostener los programas diseñados para mejorar las habilidades de los obreros en la elaboración de prendas de vestir, la mano de obra calificada en el sector es grande y la capacitación de los trabajadores debe seguir siendo una prioridad.

De otra parte, los rasgos de cada segmento de mercado son muy diferentes, se debe revisar los gustos y preferencias de los consumidores suizos; igualmente sus hábitos y necesidades más apremiantes para tener garantizada la demanda y llegar con los productos requeridos. También

hay que examinar muy bien los requisitos de comercio, que garantice a los empresarios del país que se llegue con los precios más bajos de acuerdo a las condiciones suscritas en el tratado, inspeccionar las predilecciones de las que se goza para los confeccionistas colombianos, lo mismo para el tema de las preferencias arancelarias, esto favorece los exportadores para ser más competitivos.

Suiza cuenta con una banca altamente desarrollada, los bancos corresponsales en Suiza son garantes importantes para las exportaciones que puedan realizar los confeccionistas colombianos y respaldan las operaciones de comercio; también se debe contar con el banco en el país para que le abonen las divisas a los empresarios que envíen sus productos, aprovechando las bondades del tratado que también tiene implicaciones directas para el manejo de la banca.

Para el tema del transporte, el empresario en Colombia tiene la posibilidad de contratar el medio de transporte que se adecúe a sus necesidades, la logística de carga permite llegar por barco a través del río Rin, con destinos hacia Basilea, Ginebra o Zúrich; este dura alrededor de 30 días, pero si los requerimientos son urgentes, se ofrecen rutas aéreas casi con frecuencia diaria para que el exportador escoja la mejor opción.

El certificado de origen, que se convertía en un karma para los empresarios colombianos, por el desprestigio originado en los problemas de narcotráfico, ahora es un requisito importante no solo para nacionalizar la mercancía en Suiza, también para la obtención de las preferencias arancelarias ganadas en el tratado, para lo que debe radicar el registro de productores nacionales, la oferta exportable y la solicitud de determinación de origen; con esto se revisan las preferencias otorgadas para cada producto.

Es indudable que no se ha sacado el provecho suficiente de un tratado de libre comercio muy benéfico para el país, debido a que el 100% de bienes industriales cuenta con libre acceso a partir de la firma del TLC; en los productos de confección, los textiles, las confecciones, el calzado y las joyas, gozan del mismo privilegio, de manera que una prerrogativa tan grande debe aprovecharse por parte de los empresarios nacionales. También garantías en la disminución de todos los trámites administrativos.

Esta es una oportunidad del país para diversificar mercados, ampliar la oferta exportable es interesante para los propósitos de las empresas del sector y del país en general. Las exportaciones hacia estos países con grandes ingresos, generan empleos productivos bien remunerados, lo que forja promover el crecimiento económico y disminución de las cifras de desempleo

El tratado estimula la presencia en el país de empresas de procedencia suiza que llegan con nuevas tecnologías y mayores niveles de innovación, diversificando los procesos productivos, aumentando la competitividad y provocando mayor eficiencia en la elaboración de los productos, además incentivan las alianzas empresariales estratégicas en forma de inversión extranjera directa, que favorece los intereses de productores y consumidores colombianos. Igualmente, el flujo de turistas suizos hacia Colombia, renglón en el que este país es muy fuerte.

Vale la pena resaltar que, dentro de las estrategias a diseñar para la penetración del mercado y aprovechamiento del tratado, se debe adelantar un estudio meticoloso de la demanda, el tipo de producto a enviar, cumpliendo con los estándares de la responsabilidad social empresarial, además, un análisis de la oferta para entender los puntos fuertes de la competencia. También los ya citados eventos feriales para atraer compradores y tecnología necesaria para adelantar procesos productivos eficientes, detectar los canales de distribución más apropiados,

determinando cada segmento particular de mercado y aprovechando en la mejor forma las preferencias obtenidas dentro del marco del tratado (ABCProcolombia.com, 2012).

2.3.7. Recomendaciones para los empresarios colombianos en su propósito de exportar a Suiza:

De otra parte, también existen recomendaciones generales que deben tener presente quienes envíen productos textiles desde Colombia hacia esa nación; particularmente tres aspectos puntuales que se deben poner en práctica, para abordar la experiencia de exportar hacia el país europeo:

“El acuerdo Europeo de libre comercio (AELC), exige unos estándares de calidad para los productos que ingresan a la zona” (ABCProcolombia.com, 2012), los exportadores de confecciones en Colombia deben tener los certificados de gestión de la calidad que en el país no son solicitados para las negociaciones, incluso un certificado de asuntos sociales que en la nación no existe; también los certificados ambientales en los que los europeos y particularmente Suiza, país muy responsable con el medio ambiente, son muy estrictos y exigen su expedición para adelantar cualquier tipo de negociación.

Encontrar soluciones rápidas y asertivas para los pedidos y requerimientos del mercado suizo, al igual que para los reclamos; también, tener presente que la puntualidad es fundamental para mantener muy buenas relaciones comerciales con esta nación.

Finalmente los empresarios de la confección colombianos deben poseer un gran conocimiento sobre el mercado Suizo, los consumidores de ese país tienen unas preferencias especiales por este tipo particular de producto; hay que reparar en el tema de las estaciones; conocer cuál es la competencia más fuerte para sus mercancías, los sitios de procedencia y la

calidad de las mismas; diseñar muy bien las estrategias de penetración del segmento de mercado redundará en grandes beneficios para los empresarios, que no pueden llegar sin realizar estudios previos sobre la conveniencia de negociar con los Suizos.

En conclusión, las investigaciones sobre el mercado han vislumbrado oportunidades de negocios para muchos sectores de la producción en Colombia, particularmente el tema de las confecciones, donde las prendas de vestir se destacan, apareciendo posibilidades en la venta de pantalones, jeans, vestidos de baño, ropa interior, camisas, blusas, ropa deportiva y también para el sector del calzado, lo mismo ocurre con los ingredientes naturales que son consumidos en gran escala por los productores de cosméticos y farmacéuticos, industria de un gran arraigo en Suiza y toda Europa: “empresarios de todo el país han tenido la oportunidad de conocer estudios sectoriales de mercados, participar en seminarios de divulgación y realizar giras internacionales para identificar directamente las oportunidades de negocios. Es así que Procolombia ha diseñado un calendario de actividades para los empresarios nacionales, y para los futuros socios comerciales suizos” (ABCProcolombia.com, 2012).

También, todas las preferencias arancelarias y demás beneficios obtenidos en la firma del tratado, de orden administrativo, de cuotas de productos; deben ser aprovechados por los empresarios para no depender de una competitiva demanda interna y por el contrario arribar a este país con muy buenos productos que llenen las pretensiones de sus consumidores, para incrementar las cifras de crecimiento en el país, generar empleos bien remunerados y mejorar la calidad de vida en particular de los empresarios del sector y en general de toda la población de Colombia, con un acuerdo al que no se le ha brindado la importancia que merece.

2.3.8. Balance tras dos años del tratado:

Si bien es cierto, en estos dos años hay empresarios favorecidos con el acuerdo, especialmente los del sector industrial, el propósito es descubrir bondades muy grandes para el renglón de las confecciones, ya que este segmento específico ha logrado enviar muchos productos; si el grueso de los empresarios conoce estas ventajas de abrir un mercado potencial tan grande, la economía del país tendrá un crecimiento mayor, fortaleciendo también las cifras de empleo.

De suiza llegan mayoritariamente productos de química, jabones, cosméticos y de Colombia las ventas primordialmente fueron de bienes mineros y de productos básicos para la industria química, sin embargo, existen sectores que se van a favorecer, que son poco tradicionales en la exportación hacia estos destinos de países desarrollados y con gran ingreso per cápita, por ejemplo, los autopartes, alimentos, confecciones y equipo de transporte.

“En particular, el balance de estos dos años de vigencia del Tratado es satisfactorio para el sector industrial. Del sector de textiles y confecciones, los compradores suizos han demandado nuevos productos entre los que se encuentran alfombras, pantalones, chalecos, vestidos de baño, ropa interior, camisas y chaquetas” (Universal, 2015); como se puede notar es grande el espectro para la entrada de nuevos productos que de manifiesto favorecen la industria nacional.

Las negociaciones que Colombia inició y desarrolló con la Asociación Europea de Libre Comercio, también conocida como AELC, por sus siglas en español: Asociación Europea de Libre Comercio, incluyen un Acuerdo Complementario sobre Agricultura y compromisos de las Partes de desmantelamiento de sus respectivos aranceles, reglas de origen, disciplinas para facilitar el comercio de mercancías, acuerdos sobre eliminación de obstáculos al comercio y para

estimular el comercio de servicios y la inversión, entre otros temas; recoge en 13 capítulos y 20 anexos, un intercambio de Cartas en materia de suministro de servicios de Administración de Fondos de Pensiones y un Memorando de Entendimiento en Servicios (ABCProcolombia.com, 2012)

La nación tiene interés en diversificar mercados y aumentar las exportaciones para generar empleos productivos bien remunerados e impulsar un mayor crecimiento de la economía; el Tratado asegura mejores condiciones de acceso para los productos y servicios en el mercado suizo, a la vez que fomenta la presencia de empresas de esa procedencia, en el territorio colombiano. Adicionalmente, logra aumentar y diversificar los flujos que se reciben de inversiones, con lo cual se obtienen dos ganancias: incentivar las alianzas empresariales, e incrementar el flujo de turistas de dicho bloque hacia el país.

Antes de establecer el convenio bilateral de cooperación, los productos colombianos más vendidos a Suiza eran los mineros, el segundo grupo de productos en importancia en ventas correspondió a química básica. El tratado asegura acceso inmediato para el 85,7% de las importaciones de los países del AELC, que comprenden bienes no producidos y algunos bienes producidos en Colombia, cuyo arancel en su mayoría es 0%, para los sectores textiles y confecciones, minerales y piedras preciosas, metalmecánica, algunas autopartes, químicos, algunos medicamentos, ciertos fungicidas, insecticidas y herbicidas, cauchos, maderas y máquinas y aparatos (ABCProcolombia.com, 2012)

El 12,6% de las importaciones promedio de Colombia, que corresponde a bienes cuyo arancel en su mayoría es 10% y 15%, de los sectores químico, farmacéutico, colorantes y pinturas, productos de caucho, cueros y sus manufacturas, maderas, bienes terminados de papel, algunos textiles y confecciones con materiales de plástico, sombreros y cascos, cemento,

productos cerámicos, vidrios y sus manufacturas, hierro, acero y sus manufacturas de fundición, herramientas, manufacturas diversas de material común, máquinas y aparatos, vehículos, aparatos de medición, algunos muebles y manufacturas diversas, barcos e instrumentos medico quirúrgicos, aceites y combustibles, entre otros (ABCProcolombia.com, 2012)

Para el tema de la industria textil y de confecciones, se pactaron reglas flexibles que permitirán a los confeccionistas importar hilados y telas de terceros países y exportar confecciones elaboradas con los mismos bajo un tratamiento preferencial a estos cuatro nuevos mercados.

El impacto con motivo de la entrada en vigor del Tratado entre Colombia y los países AELC muestran que los sectores más beneficiados con la puesta en marcha del Tratado, además de los textiles, vestidos y confecciones, son equipos de transporte, vehículos de motor y sus partes, productos alimenticios, derivados del petróleo, carbón, bebidas y productos de tabaco, aceites y grasas vegetales.

Procolombia y el ministerio de comercio, abren el espacio comercial con ayudas para los exportadores que quieran tener al país europeo como destino para sus exportaciones, en este sentido se han emprendido acuerdos tendientes a favorecer a los empresarios colombianos de la confección y otros sectores, para que saquen ventajas de este TLC firmado con Suiza; aprovechando que para los suizos la producción colombiana de textiles es llamativa para sus gustos, el propósito es apuntar a las nuevas posibilidades, primordialmente para los productos manufacturados; muchos empresarios se deben beneficiar con un mercado tan potencial como el suizo.

Se deben fortalecer los sectores en los que se tiene ventajas en la producción, las confecciones de la región han demostrado esas virtudes con el paso de los años, aunque concentrado en dos partidas arancelarias, están son las relacionadas con ropa de bebés y niños; que sin embargo, mostraron en los análisis fuertes caídas por la crisis venezolana (Camaradirecta.com, www.camaradirecta.com, 2016); la oportunidad del mercado de la AELC y Suiza puntualmente, es la estrategia a adoptar para no disminuir el nivel de ventas; allí exigen una diversificación notable en la producción, aspecto que debe estar a la orden del día en la inminente internacionalización de la economía; la concentración en la producción que posee la industria de las confecciones en el departamento, necesita de nuevas estrategias para lograr un mayor flujo de productos hacia este mercado.

2.4 Identificación de los principales productos de la oferta textil exportadora de Santander, con potencialidad en el mercado suizo y principales competidores

Para el análisis del cuarto objetivo, inicialmente se revisan los principales productos de confecciones importados por Suiza años 2012 a 2016, partida 62:

Tabla No. 11

Productos de confecciones importados por Suiza de 2012-16 (62)

Código	Descripción del producto	2012	2013	2014	2015	2016
6204	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas sacos, vestidos, faldas, pantalones..	805.992	807.090	836.721	781.400	833.495
6203	Trajes, conjuntos, chaquetas, sacos y pantalones largos o con peto...	714.074	714.957	716.821	650.493	742.374
6202	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, y similares para dama-niña.	260.568	293.563	331.897	312.241	370.182
6206	Camisas, blusas, para mujeres o niñas	203.794	214.350	239.792	243.257	260.925
6201	Abrigos, chaquetones, capas, anorak y similares para hombres o niños...	148.416	156.372	175.173	175.438	188.244
6205	Camisas para hombres o niños, camisones y camisetas	184.299	174.632	182.809	173.080	173.155
6210	Prendas confeccionadas con fieltro y tela	181.982	197.315	202.713	178.030	164.950
6212	Sostenes, corpiños, fajas, corsés, tirantes, ligas y similares...	129.499	132.048	131.363	122.913	135.068
6211	Conjuntos de abrigo para deporte...	96.150	97.119	110.517	106.077	108.656
6214	Chales, pañuelos de cuello, pasamontañas, bufandas y similares..	87.415	89.416	94.958	83.662	81.524
6209	Prendas y accesorios, de vestir, de todo tipo de materia textil, para bebés	23.065	21.891	23.623	23.297	24.473
6215	Corbatas y lazos, de materia textil	33.598	33.974	28.487	22.109	18.083

***Cifras en miles de dólares**

Elaborado por: autores del proyecto, con base en los datos tomados de (Trademap, 2017)

De igual forma, se revisan los principales productos importados en la partida 61:

Tabla No. 12

Productos de confecciones importados por Suiza de 2012-16 (partida 61)

Código	Descripción del producto	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016
6110	Suéteres, jersey, pullovers, chalecos cardiganes y similares de punto...	844.691	877.181	878.780	763.783	779.315
6104	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas sacos, vestidos, faldas, pantalones...	291.663	315.024	329.905	310.106	355.046
6109	T-shirts y camisetas, de punto	308.560	317.840	345.733	312.407	339.878
6115	Calzas, panty-medias, leotardos, medias, calcetines y similares...	152.344	152.897	148.984	131.501	135.467
6108	Combinaciones, enaguas, bragas bombachas, calzones...	143.234	151.742	153.209	131.886	131.254
6114	Prendas para usos específicos, profesional, deportivo...	111.666	108.153	101.648	93.802	100.243
6112	Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte...	90.065	88.997	92.554	92.839	95.885
6105	Camisas de punto para hombres y niños...	83.130	80.932	80.803	73.528	77.844
6102	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks y similares para mujeres...	48.328	43.560	53.468	57.829	69.643
6106	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas..	72.393	70.355	67.019	64.282	63.760
6107	Calzoncillos, slips, camisones, pijamas, albornoces de baño, batas...	63.912	64.281	65.353	59.278	60.491
6111	Prendas y accesorios de vestir, de punto, para bebés excepto gorras	49.862	52.060	54.353	51.232	55.563

***Cifras en Miles de dólares**

Elaborado por: autores del proyecto, con base en los datos tomados de (Trademap, 2017)

En las tablas anteriores se presentan las principales partidas de importación en Suiza, posiciones arancelarias 61 y 62, que se confrontan con las exportaciones santandereanas de

textiles, para medir la competitividad de los principales productos de la oferta textil exportadora de esta región.

Principales exportaciones de Santander en prendas de vestir:

La siguiente tabla presenta las principales exportaciones de Santander y los países hacia donde se envían estos productos de la partida 62

Tabla No. 13

Principales países de exportación posición 62

País	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Total					
USA	6,450,059	6,404,968	4,447,511	3,333,020	3,955,094
Ecuador	1,472,854	1,660,184	1,484,261	1,503,131	1,785,251
Puerto Rico	1,574,922	1,954,560	1,148,223	801,142	737,185
Gran Bretaña	417,992	576,615	481,709	417,003	411,448
Costa Rica	473,104	334,499	178,053	73,159	396,838
Curazao	29,926	46,692	12,378	61,687	137,723
Panamá	0	0	0	73,842	75,749
México	251,886	323,791	386,367	248,254	228,6
Aruba	76,523	0	30,768	16,148	46,9
Italia	37,695	36,209	37,773	13,774	16,017
Cuba	0	0	0	3,628	3,4
R. Dominicana	0	60,987	0	0	62,748
Israel	23,897	0	4,697	530	20,184
Venezuela	0	0	0	1,742	11,096
	1,924,294	158,979	584,42	44,76	10,911

***Cifras en Miles de dólares**

Elaborado por: autores del proyecto, con base en (Wisertrade.org, 2017)

Tomando como referencia el año 2016, Estados Unidos es el principal socio comercial de Santander y primer importador de la partida arancelaria 62, representando el 45,14% de las exportaciones de la nación en esa partida, seguido de Ecuador que importa desde Colombia el 18,64% en esta misma posición arancelaria. Venezuela que en el año 2012 era el primer comprador, para el 2016 aparece en el puesto 14, lo que marca claramente el deterioro de las relaciones comerciales con esa nación.

La siguiente tabla muestra la estadística de la partida 61

Tabla No. 14

Principales países de exportación en Santander posición 61

País	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Total					
México	3,604,234	2,807,466	2,646,761	1,961,546	1,696,814
USA	1,638,175	1,584,870	1,575,187	1,214,832	987,221
Granada	393,217	444,612	532,443	484,108	422,146
Gran Bretaña	603,714	509,279	291,518	138,235	127,01
Panamá	53,461	9,167	10,298	2,218	9,684
Puerto Rico	36,022	39,316	28,878	15,031	16,301
Curazao	103,701	99,909	97,173	65,908	58,542
Cuba	0	0	0	13,5	16,866
Costa Rica	0	39,716	0	0	24,466
Venezuela	25,524	24,76	1,598	13,566	16,622
Australia	707,093	44,878	57,606	5,995	9,88
Aruba	0	0	0	0	4,921
Francia	7,341	5,943	20,88	3,638	2,508
Holanda	3,025	2,809	622	537	648
	0	0	0	1,44	0

***Cifras en miles de Dólares**

Elaborado por: autores del proyecto, con base en (Wisertrade.org, 2017)

Las exportaciones hacia México de la partida 61, representan el 58,18% y a Estados Unidos el 24,88%. De otra parte, a continuación, se analiza el comportamiento exportador de Santander en la partida 62

Tabla No. 15

Principales productos exportados en Santander posición 62

Código	Descripción del producto	2012	2013	2014	2015	2016
Total	Total Exportaciones Santander (62)	6,450,059	6,404,968	4,447,511	3,333,020	3,955,094
6209	Prendas y accesorios de vestir, de todo tipo de materia textil, para bebés...	2,784,503	2,443,038	1,836,558	1,521,855	1,770,215
6204	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas sacos, vestidos, faldas, pantalones..	2,651,107	2,314,220	1,892,150	1,286,034	1,604,803
6206	Camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres o niñas	325,197	339,978	26,366	220,153	289,363
6203	Trajes, conjuntos, chaquetas, sacos y pantalones largos o con peto...	408,039	1,129,024	229,599	140,071	130,377
6205	Camisas para hombres o niños, camisones y camisetas	2,238	83,406	12,102	48,176	9,052
6211	Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte...	25,159	26,049	16,503	3,688	19,819
6208	Camisetas interiores, combinaciones, enaguas, bragas, bombachas, calzones.	7,019	22,306	30,859	3,987	10,611
6212	Sostenes, corpiños, fajas, corsés, tirantes, ligas y similares...	3,509	4,165	16,493	16,875	10,513
6207	Camisetas, calzoncillos largos, slips, camisones, pijamas de hombre y niño.	3,063	0	6,128	7,973	231
6201	Abrigos, chaquetones, capas, anorak y similares para hombres o niños...	437	1,558	5,122	1,931	9,235

***Cifras en Dólares**

Elaborado por: autores del proyecto, con base en (Wisertrade.org, 2017)

Tomando como referencia el año 2016, con respecto al 2012, Santander presenta una disminución muy alta en las exportaciones para la partida arancelaria 62, del orden del 36.68%, pasando de exportar 6,450,059 miles de dólares en el 2012 a 3,955,094 miles de dólares en el 2016.

Las principales posiciones arancelarias en el tema exportador de Santander hacia el mundo, tomando como referencia el 2016, son la 6209 - Prendas y accesorios de vestir, de todo tipo de materia textil, para bebés, que representan el 44,76% del total de la partida 62, seguido de la 6204 - Trajes sastre, conjuntos, chaquetas sacos, vestidos, faldas, pantalones; que suma el 40.58%; de manera que estas dos partidas, copan más de 85% de las exportaciones de Santander para esta posición arancelaria.

Confrontando las importaciones de Suiza en esta posición arancelaria 62, con las exportaciones de Colombia en la misma, se presenta una gran oportunidad para la partida 6204 - Trajes sastre, conjuntos, chaquetas sacos, vestidos, faldas, pantalones; en la que Suiza es el principal importador y Colombia es el segundo exportador; la situación es importante también para la partida 6209 - Prendas y accesorios de vestir, de todo tipo de materia textil, para bebés; en las que Colombia es el principal exportador y en Suiza ocupa la posición 11 de los productos importados.

Sin embargo, según datos de (ABCProcolombia.com, 2012), las principales causas por las que Colombia no aprovecha las condiciones favorables del TLC con Suiza, es debido fundamentalmente a que no se cumplen con las normas legales exigidas en ese país y en segunda instancia a la calidad de la producción colombiana en prendas de vestir, por tanto, se debe

aumentar los estándares de calidad para los productos y crecer en la capacidad de respuesta a los requerimientos de consumidores y compradores en ese país.

La siguiente tabla muestra el comportamiento exportador de Santander en la partida arancelaria 61:

Tabla No. 16

Principales productos exportados en Santander posición 61

Código	Descripción del producto	2012	2013	2014	2015	2016
Total	Total Exportaciones Santander (61)	6,450,059	6,404,968	4,447,511	3,333,020	3,955,094
6111	Prendas y accesorios de vestir, de punto, para bebés; excepto gorras	2,784,503	2,443,038	1,836,558	1,521,855	1,770,215
6105	Camisas de punto para hombres y niños...	2,651,107	2,314,220	1,892,150	1,286,034	1,604,803
6109	T-shirts y camisetas, de punto	325,197	339,978	26,366	220,153	289,363
6104	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas sacos, vestidos, faldas, pantalones...	408,039	1,129,024	229,599	140,071	130,377
6106	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas..	2,238	83,406	12,102	48,176	9,052
6112	Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte...	25,159	26,049	16,503	3,688	19,819
6108	Combinaciones, enaguas, bragas bombachas, calzones, dama y niñas	7,019	22,306	30,859	3,987	10,611
6107	Calzoncillos largos slips, camisones, pijamas, albornoces de baño, batas...	3,509	4,165	16,493	16,875	10,513
6110	Suéteres. jersey, pullovers, chalecos cardiganes y similares de punto...	3,063	0	6,128	7,973	231
6103	Trajes, conjuntos, chaquetas, sacos, pantalones largos y con peto...	437	1,558	5,122	1,931	9,235

***Cifras en Dólares**

Elaborado por: autores del proyecto, con base en (Wisertrade.org, 2017)

Los principales productos exportados por Santander en la partida 61, son la 6111 - Prendas y accesorios de vestir, de punto, para bebés, excepto gorras, que participa con el 44.76% y la partida 6105 - Camisas de punto para hombres y niños, que contabiliza el 40.58% de esta posición; de forma que estas dos partidas suman más del 85% en esta posición arancelaria.

Suiza en las importaciones de la partida 6111, tiene el puesto número 12 y en la partida 6105, el número 8, de manera que deben aprovecharse las condiciones favorables en estas dos partidas de la posición 61 por parte de los empresarios del sector, para incrementar la oferta exportable de Colombia a ese país, aprovechando las condiciones favorables que presenta el TLC

Principales competidores:

Los principales competidores para los productos colombianos de confecciones son en su orden, la China, Alemania y Bangladesh, que se ubican en las dos partidas arancelarias (61 y 62) dentro de los 4 principales vendedores a Suiza:

Economía China: los principales aspectos que hacen que la China sea el principal país exportador de prendas de vestir a Suiza, son las siguientes:

Una economía orientada a la exportación, el 60% de la producción de este país, se destina para la venta al exterior (Peña, 2006).

La economía China se centra en el sector Industrial, donde se recogen todos los esfuerzos políticos y de inversionistas, una de las críticas a la economía de esta nación, es que no presta atención al sector servicios (Peña, 2006).

A pesar de ser intensivos en mano de obra, China se revela como el primer exportador en tecnologías de la comunicación, la informática y los vehículos.

Geográficamente la producción se orienta a las zonas costeras, que reciben el 86.5% de la IED lo que le permite estar cerca de las principales economías inversoras (Peña, 2006).

China desarrolla fuertes economías de aglomeración (clúster) que les permiten desarrollar ventajas en costos y competitivas en general

Se desarrollan en el país, grandes economías de consumo

Desarrollo de grandes infraestructuras y clúster de cada sector de la producción

Alemania: en este país, el dinámico sector industrial ocupa a 8 millones de personas, básicamente en manufactura de equipo de transporte, maquinaria y equipo industrial y eléctrico, metales básicos, y productos químicos y farmacéuticos, sus principales fortalezas según (www.avizora.com, 2016), son:

Las exportaciones no son menores al 50% de la producción

La economía está orientada a lo que ellos denominan el “círculo virtuoso de productividad”.

Su ciclo económico es similar al ciclo estadounidense. Incluso antes de la unificación, desde inicios de la década de los años 60, el ritmo de su producción industrial fue muy similar al de los Estados Unidos.

Alemania es la cuarta potencia mundial, por tanto, su producción industrial es muy fuerte y concentrada en bienes de capital lo que le reporta grandes niveles de competitividad en sus procesos productivos.

Bangladesh: las exportaciones en este país consisten principalmente en prendas de vestir confeccionadas destinadas a la Unión Europea y los Estados Unidos-, lo que genera cierto riesgo, sin embargo, el país tiene reputación muy alta como productor de prendas de vestir de bajo costo, aumentando su participación en el mercado mundial en los últimos años. Sus principales fortalezas en el sector exportador de prendas de vestir, según (Wto.org, 2016) son:

Mayor acceso a los mercados

Mayor flexibilidad en la formulación de las normas multilaterales de comercio

Asistencia destinada específicamente a la infraestructura comercial

La actividad manufacturera depende del sector de las prendas de vestir, confeccionadas con alta densidad de mano de obra y grandes empresas estatales deficitarias.

Ingresa al mercado suizo libre de derechos, si los componentes importados del producto final no superan el 70 por ciento.

A pesar de su poca concentración en bienes de capital, tiene suficiente competitividad para subsistir en el sector de las prendas de vestir, registrando un crecimiento suficiente.

Ahora bien, una síntesis para las confecciones colombianas en el balance de estos dos años de vigencia del Tratado, es satisfactorio para el sector industrial. Del sector de textiles y confecciones, los compradores suizos han demandado nuevos productos entre los que se encuentran alfombras, pantalones, chalecos, vestidos de baño, ropa interior, camisas y chaquetas (Universal, 2015); como se puede notar es grande el espectro para la entrada de nuevos productos que manifiestamente favorecen la industria nacional.

Los suizos han demostrado que la producción colombiana de textiles es llamativa para sus gustos, lo señala la demanda de nuevos productos enumerados arriba; el provecho que se debe sacar de los tratados de libre comercio, como el firmado con Suiza, es apuntar a las nuevas posibilidades, el incremento de operaciones comerciales, primordialmente para los productos manufacturados, si bien es cierto el balance para el sector industrial es halagüeño, las metas se deben ampliar para que muchos empresarios se beneficien con un mercado tan potencial como lo es la economía Suiza.

Conclusiones

Para revisar la magnitud del tratado de libre comercio Colombia – Suiza, solo hay que comparar el ingreso per cápita suizo de más US\$67.000, con el de Colombia, cercano a los US\$6.000; se podrá resaltar el hecho de firmar un tratado de libre comercio con un país desarrollado, que aparte es responsable con el medio ambiente y altamente progresista; lograr para un empresario de las confecciones penetrar este mercado, le estaría reportando inmensas utilidades y la posibilidad de no depender de una demanda interna altamente competida.

Si se revisan muy bien las condiciones y se cumplen los requisitos exigidos por Suiza, el TLC con los países de la AELC resulta benéfico para el país, debido a que el 100% de bienes industriales cuenta con libre acceso a partir de la firma del acuerdo; en los productos de confección, los textiles, las confecciones, el calzado y las joyas, gozan del mismo privilegio, de manera que una prerrogativa tan grande debe aprovecharse por parte de los empresarios nacionales. También garantías en la disminución de todos los trámites administrativos.

En el orden social, económico y político, Suiza presenta muy buenos indicadores en general, por ejemplo, en el ámbito social, está por encima del promedio mundial según la OECD, en temas como satisfacción, remuneración y empleo, esperanza de vida; entre otros; en el orden económico, los buenos indicadores reflejan la estabilidad de esta economía, primera en el ranking mundial de competitividad en los últimos 5 años (2012 a 2016); con unas tasas de interés interbancaria, por debajo del 0% en los años 2015 y 2016, reflejo de una inflación negativa, unido a un alto PIB y PIB per cápita.

Finalmente, en lo político Colombia y la AELC convinieron medidas que incluyen en la canasta de desgravación, artículos que entraron en vigencia desde la firma del acuerdo; aranceles

preferenciales, reducción de este impuesto a otros productos, productos libres de arancel en forma parcial y otros en forma permanente, además de los mecanismos de estabilización de precios y de las medidas de compensación de precios.

Teniendo en cuenta estas ventajas, el mercado Suizo se debe aprovechar por parte de los empresarios colombianos, debido a que ahora tiene tiendas especializadas para ofertar esos productos, los canales de distribución son variados, intermediarios o compradores directos acceden a la producción del país, también se cuenta con una logística importante para hacer llegar los productos al país europeo; pero para mayor beneficio del tratado, se debe adelantar un estudio meticuloso de la demanda, el tipo de producto a enviar, cumpliendo con los estándares de la responsabilidad social empresarial, además, un análisis de la oferta para entender los puntos fuertes de la competencia.

Tomando como referencia el año 2016, el primer país que exporta a Suiza es la China y suma el 29% de las confecciones partida arancelaria 62; los siguientes países son Italia con el 13.39%, Alemania con el 8,64% y Bangladesh con el 5.9% del total de exportaciones a Suiza, siempre teniendo como referencia el año 2016.

La China continúa siendo el primer país exportador de confecciones partida 61 a Suiza y el porcentaje de participación en este rubro es del 27.54%, le sigue Alemania con una cifra porcentual del 10.29%, Turquía con el 9.76% y Bangladesh, país que tiene gran reputación como vendedor de prendas de vestir de bajo costo, con el 9.48%; del total de importaciones de Suiza. Colombia en esta partida 61 registró exportaciones en el 2012 de 650 mil dólares y en el 2016 de 473 miles de dólares americanos, registrando un decrecimiento del 27.23%, desde la firma del tratado.

Es la oportunidad de los empresarios del país para diversificar mercados, ampliar la oferta exportable es interesante para los propósitos de las empresas del sector confecciones y de la nación en general. Las exportaciones hacia estos países con grandes ingresos, generan empleos productivos bien remunerados, lo que forja promover el crecimiento económico y disminución de las cifras de desempleo.

Existen recomendaciones puntuales para los empresarios de la confección que quieran llegar al mercado suizo, por ejemplo, aumentar los estándares de calidad para los productos, crecer en la capacidad de respuesta a los requerimientos de consumidores y compradores en ese país y tener un amplio conocimiento del mercado para no poseer problemas cuando de exportar los productos se trata; sin embargo, las oportunidades para los empresarios del sector se vislumbran desde la entrada a ese país con cero aranceles para sus productos y demás tramites, las ventas que se pueden lograr a través de intermediarios, ofertas paralelas e internet; adicionalmente, las estaciones permiten llegar con variados productos en las diversas épocas.

Se debe efectuar eventos feriales para atraer compradores y tecnología necesaria para adelantar procesos productivos eficientes, detectar los canales de distribución más apropiados, determinando cada segmento particular de mercado y aprovechando en la mejor forma las preferencias obtenidas dentro del marco del tratado.

Las partidas en las que se presentan las mejores oportunidades, son la 6111 y 6105, por ejemplo, Suiza en las importaciones de la partida 6111 - Prendas y accesorios de vestir, de punto, para bebés; excepto gorras, tiene el puesto número 12 y en la partida 6105 Camisas de punto para hombres y niños, el número 8, de manera que deben aprovecharse las condiciones favorables en estas dos partidas de la posición 61, para incrementar la oferta exportable de Colombia a ese país.

En el mismo sentido, confrontando las importaciones de Suiza en esta posición arancelaria 62, con las exportaciones de Colombia en la misma, se presenta una gran oportunidad para la partida 6204 - Trajes sastre, conjuntos, chaquetas sacos, vestidos, faldas, pantalones; en la que Suiza es el principal importador y Colombia es el segundo exportador; la situación es importante también para la partida 6209 - Prendas y accesorios de vestir, de todo tipo de materia textil, para bebés; en las que Colombia es el principal exportador y en Suiza ocupa la posición 11 de los productos importados.

Bibliografía

- A., L. F. (2016). *Eafit.edu.co*. Obtenido de www.eafit.edu.co/docentes-investigadores/Paginas/luis-fernando-vargas-alzate.aspx
- ABCProcolombia.com. (2012). *www.procolombia.co*. Obtenido de <http://www.procolombia.co/noticias/abc-del-tratado-de-libre-comercio-suscrito-entre-colombia-y-suiza>
- Alzate, L. F. (2016). *Eafit.edu.co*. Obtenido de www.eafit.edu.co/docentes-investigadores/Paginas/luis-fernando-vargas-alzate.aspx
- BUCARAMANGA, C. D. (2016). *Cámara de comercio de Bucaramanga*. Obtenido de www.camaradirecta.com
- Camaradirecta.com. (2016). *www.camaradirecta.com*. Obtenido de www.camaradirecta.com
- Camaradirecta.com. (2017). Obtenido de www.camaradirecta.com: www.camaradirecta.com/temas/indicadoresantander/
- Cardenas S, M. (2013). *Economía Colombiana*. Bogotá: Alfaomega.
- Cárdenas, M. (2013). *Introducción a la Economía Colombiana*. Santafé de Bogotá : Alfa-Omega.
- ColombiaTrade, P. (2012). *www.colombiatrade.com.co* › *Informacion de Mercados*. Obtenido de www.colombiatrade.com.co › *Informacion de Mercados*
- Colombia.com/cambio-moneda. (2017). *www.colombia.com/cambio-moneda/*. Obtenido de <https://www.colombia.com/cambio-moneda/>
- Creadess.org. (2013). *www.creadess.org/.../17300-conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratori...* Obtenido de www.creadess.org/.../17300-conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa-correlacional
- Creadess.org. (2016). *Creadess.org*. Obtenido de www.creadess.org/conozcatrestiposdeinvestigación
- DANE. (2013). *Dane.gov.co*. Obtenido de www.dane.gov.co/concesionesdesuizaacolombia
- Dian.gov.co. (2016). *www.dian.gov.co*. Obtenido de <http://dian.gov.co>
- Elmundo.com. (2016). *http://www.elmundo.com*. Obtenido de <http://www.elmundo.com.ve/firmas/moises-bittan/suiza--desarrollo-y-perspectivas-economicas.aspx>
- es.portal.santandertrade.com. (s.f.). *es.portal.santandertrade.com*. Obtenido de https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/suiza/exportacion-de-productos?accepter_cookies=oui
- Expansión. (2017). *Datosmacro.com*. Obtenido de <http://www.datosmacro.com/estado/indice-competitividad-global/suiza>

- Expansión/Datosmacro.com. (2016). www.datosmacro.com/estado/indice-competitividad-global/suiza.
Obtenido de <http://www.datosmacro.com/estado/indice-competitividad-global/suiza>
- Fenalcosolidario.com. (s.f.). www.fenalcosolidario.com. Obtenido de
www.fenalcosolidario.com/servicios/certificado-en-responsabilidad-social
- Fernando, V. A. (2016). [Eafit.edu.co](http://www.eafit.edu.co). Obtenido de www.eafit.edu.co/docentes-investigadores/Paginas/luis-fernando-vargas-alzate.aspx
- Forexsos.com. (2017). <http://www.forexsos.com/suiza.html>. Obtenido de
<http://www.forexsos.com/suiza.html>
- <http://www.procomer.com/es/>. (2017). [Procomer.com/es/](http://www.procomer.com/es/). Obtenido de <http://www.procomer.com/es/>
- ibce.org.bo. (13 de 12 de 2014). ibce.org.bo/images/publicaciones/. Obtenido de
ibce.org.bo/images/publicaciones/ce-221-RSE-Triple-Sello.pdf
- IMEBU-CDE. (2010). www.Santandercompetitivo.org. Obtenido de
www.santandercompetitivo.org/media/6b6425e423df7899c652683164422642.pdf
- Landmark-project.eu. (s.f.). www.landmark-project.eu. Obtenido de http://www.landmark-project.eu/fileadmin/files/es/LANDMARK-gu%C3%ADa_legal-www-esp.pdf
- Map, T. (2017). *Trade Map*. Obtenido de <http://www.trademap.org/Bilateral.aspx>
- Méndez, S. (1998). *Economía*. Bogotá: McGrawHill.
- Mendoza, A. (25 de junio de 2012). mercadeoglobal.com/blog/tendencias-del-mercado-global/.
Obtenido de <https://mercadeoglobal.com/blog/tendencias-del-mercado-global/>
- MinCIT. (2014). Obtenido de <http://www.colsuizacam.com>:
<http://www.colsuizacam.com/Balance%20TLC%202014.pdf>
- MinCIT. (2016). *Ministerio de comercio, industria y Turismo*. Obtenido de www.mincit.gov.co
- Mincit.gov.co. (2012). www.mincit.gov.co. Obtenido de
http://www.mincit.gov.co/publicaciones/15191/tlc_colombia_-_efta
- moneda, C. d. (2016). *Convertidor de moneda*. Obtenido de www.colombia.com/cambio-moneda/
- OECD-Betterlife-index. (2016). <http://www.oecdbetterlifeindex.org/es/countries/switzerland-es/>.
Obtenido de <http://www.oecdbetterlifeindex.org/es/countries/switzerland-es/>
- Okean, J. M. (2008). *Economía*. Bogotá: Mc GrawHill.
- Peña, I. V. (2006). <http://biblioteca.usbbog.edu.co>. Obtenido de
<http://biblioteca.usbbog.edu.co:8080/Biblioteca/BDigital/37863.pdf>
- Procolombia. (2012). www.procolombia.co. Obtenido de www.procolombia.co/abcdeltlc
- Procolombia.co. (2012). www.procolombia.co/. Obtenido de www.procolombia.co/.../abc-del-tratado-de-libre-comercio-suscrito-entre-colombia-y-

- Quintero, L. F. (2013). http://www.academia.edu/16296942/3._los_beneficios_del_tlc_colombia_-_suiza. Obtenido de http://www.academia.edu/16296942/3._los_beneficios_del_tlc_colombia_-_suiza
- República, B. d. (2016). *Banrep.gov.co*. Obtenido de www.banrep.gov.co
- República, B. d. (2016). *Banrep.gov.co*. Obtenido de www.banrep.gov.co/politicacomercial
- Sampieri. (2015). *Wordpress.com*. Obtenido de <https://competenciashg.files.wordpress.com/.../sampieri-et-al-metodologia-de-la-invest>.
- Solares, A. (2012). <http://www.eumed.net>. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/814/TRATADOS%20DE%20LIBRE%20COMERCIO%20CARACTERISTICAS.htm>
- Suiza.com. (2016). *Suiza.com*. Obtenido de www.suiza.com. desarrollo y perspectivas economicas
- Trade, P. S. (2016). *Santander Trade Portal*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/suiza/exportacion-de-productos>
- Trademap. (2017). www.trademap.org/Bilateral.aspx. Obtenido de www.trademap.org/Bilateral.aspx
- Trading-Economics. (2017). es.tradingeconomics.com/switzerland/gdp. Obtenido de <https://es.tradingeconomics.com/switzerland/gdp>
- Turismo, M. d. (2016). *Min CIT*. Obtenido de www.mincit.gov.co
- Universal, E. (2015). *El Universal.com.co*. Obtenido de www.eluniversal.com.co
- Wisertrade.org. (2017). www.wisertrade.org/home/portal/index.jsp. Obtenido de <http://www.wisertrade.org/home/portal/index.jsp>
- Wto.org. (2016). www.wto.org/spanish/. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/s270_sum_s.pdf
- www.avizora.com. (2016). <http://www.avizora.com>. Obtenido de http://www.avizora.com/atajo/informes/alemania_textos/0013_fortalezas_debilidades_economia_alemania.htm