

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2014

Guía de Servicios
COLOMBIA



prom
perú

Contenido

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Información General	4
III.	Situación Económica y de Coyuntura	4
3.1.	Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	4
3.2.	Evolución de los Principales Sectores Económicos	5
3.3.	Nivel de Competitividad	6
IV.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios	7
4.1.	Intercambio Comercial Colombia - Mundo	7
4.2.	Intercambio Comercial Colombia – Perú	8
V.	Acceso al Mercado	11
5.1.	Medidas Arancelarias y No Arancelarias	11
5.2.	Otros impuestos Aplicados al Comercio	14
5.3.	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales	14
5.4.	Servicios con Potencial Exportador	14
VI.	Tendencias del Consumidor	21
VII.	Cultura de Negocios	22
VIII.	Links de interés.....	22
IX.	Eventos Comerciales	23
X.	Bibliografía	23

I. Resumen Ejecutivo

Colombia posee una de las economías más sólidas e importantes de América Latina (tercera en población y en PBI). En 2013, la economía colombiana se incrementó 4,3% debido a los altos niveles de inversión en el país, lo cual hizo que su PBI alcance los US\$ 347 mil millones y desplace así a Argentina como la tercera mayor economía de la región.

Las importaciones del país se incrementaron a una tasa promedio del 15.9 % entre los años 2009 y 2013. Estas adquisiciones sumaron alrededor de US\$ 59 mil millones en el último año, lo cual representó un incremento de 2,3% con respecto a 2012. Asimismo, Estados Unidos (28% de participación), China (17%), México (9%), Brasil (4%) y Alemania (4%) fueron sus principales proveedores.

Entre los años 2009 y 2013, las exportaciones peruanas a Colombia aumentaron a una tasa promedio anual de 7% y totalizaron US\$ 846 millones en el último año. Además, el 85% del total exportado a este país correspondió a productos no tradicionales, los cuales sumaron envíos por US\$ 716 millones. Vale mencionar que la totalidad de los productos peruanos ingresan a Colombia con arancel cero en el marco del Acuerdo de Libre Comercio suscrito entre Perú y los demás miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN).

En cuanto a tamaño, Colombia posee un mercado de 47,4 millones de consumidores y cuenta con más de 25 ciudades con poblaciones superiores a 100 mil habitantes, entre las que destacan Santa Fe de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, Santa Marta y Manizales. A su vez, su población cuenta con uno de los mayores poderes de compra de América Latina

Colombia es el quinto mercado más grande de Latinoamérica, los cuales tienen uno de los mayores poderes de compra de América Latina (US\$ 11 284 PBI per cápita –PPA). Este país brinda importantes oportunidades de negocio a los productos peruanos debido a grandes similitudes culturales así como por la cercanía geográfica y el idioma común.

El sector servicios colombiano muestra múltiples oportunidades, ya que cuenta con un crecimiento sostenido y dinámico por lo que se ha convertido en una de las mayores apuestas comerciales del país. El Gobierno Colombiano ha mostrado su interés por el desarrollo de este sector a través del Programa de Transformación Productiva, la cual tiene como objetivo desarrollar sectores de clase mundial dentro de los que destacan, principalmente, los subsectores de servicios de software y tecnologías de información, así como tercerización de procesos de negocio (centros de contacto & BPO), turismo de salud y ecológico. Por ello en esta guía se presenta las oportunidades de negocios que brindan los sectores de software, editoriales, centros de contacto, servicios de arquitectura, logística y franquicias.

II. Información General



La República de Colombia se ubica en la región noroccidental de América del Sur; y limita al este con Venezuela y Brasil, al sur con Perú y Ecuador, y al noroeste con Panamá. Este país de 2 129,7 mil kilómetros cuadrados tiene costas en el Océano Pacífico y en el Mar Caribe, donde posee diversas islas.

Colombia es el tercer país más poblado de América Latina con una población de 47,4 millones de habitantes, y está dividido políticamente en 32 departamentos y un Distrito Capital: Bogotá.

El 75% de los colombianos vive en ciudades, siendo Bogotá la urbe más poblada (7,7 millones de habitantes) y el centro económico de la nación. Además, presenta importantes aglomeraciones urbanas a lo largo de su territorio, entre las que destacan Medellín (2,4 millones), Cali (2,3 millones) y Barranquilla (1,2 millones), cabe agregar que otras 25 ciudades también superan los 100 mil habitantes.

Este es un país multicultural, y su población es, en gran parte, resultado del mestizaje entre europeos, indígenas y africanos, con minorías nativas, afrodescendientes y descendientes árabes. El idioma oficial es el castellano y en los negocios se emplean tanto el castellano como el inglés; sin embargo, existen cerca de 70 lenguas nativas en Colombia empleadas por alrededor de 445,000 personas.

III. Situación Económica y de Coyuntura

3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas¹

Las perspectivas para la economía colombiana para los próximos dos años (2015 – 2016) son positivas debido al fortalecimiento de la demanda interna y el crecimiento del consumo privado. La inversión fija también se expandirá, especialmente en minería y petróleo, rubros en los cuales Colombia espera recibir flujos de capitales de hasta US\$ 50 mil millones en el periodo 2010 – 2020.

Asimismo, se prevé un crecimiento económico entre 4,6% y 4,8% anual para el periodo 2015 – 2017. Sin embargo, se podrían obtener tasas más dinámicas si el gobierno logra cerrar un acuerdo de paz con las guerrillas rebeldes marxistas. Ello abriría las llanuras orientales del país

¹ Cfr. Euromonitor International: Colombia Country Pulse 2014

para inversiones en agonegocios y redistribuir los gastos fiscales en seguridad y defensa a sectores más productivos.

El crecimiento de la productividad² es menor que en otros países de la región debido básicamente al hecho de que la mayoría de trabajadores están empleados en el sector informal.

Cuadro N° 1: Principales Variables Macroeconómicas

Indicadores Económicos	2010	2011	2012	2013	2014*
Crecimiento del PBI (%)	4,0	6,6	4,0	4,3	4,5
PBI per cápita (US\$)	6 306	7 304	7 936	8 098	8 126
Tasa de inflación (%)	2,3	3,4	3,2	1,9	3,1
Tasa de desempleo (%)	11,8	10,8	10,4	9,6	9,3

Fuente: FMI Statistics / DANE Elaboración: PROMPERU

Colombia tiene la tasa de desempleo más alta de Latinoamérica (9,6% de la PEA), la cual se ha reducido en los últimos años. La inflación fue de 1,9% en 2013, la menor en medio siglo de acuerdo al DANE, y para el cierre de 2014 se prevé un incremento de precios de 3,1%.

La divisa oficial de Colombia es el Peso Colombiano (COP). A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y nuevos soles peruanos (PEN).

1,00 USD	=	1 925,5 COP
US Dollar		Peso Colombiano
1 USD = 1 925,5 COP	↔	1 COP = 0,000519 USD
1,00 PEN	=	691,631 COP
Nuevo Sol Peruano		Peso Colombiano
1 PEN = 691,631 COP	↔	1 COP = 0,001445 PEN

Fuente: XE.com Elaboración: PROMPERU

3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos

La agricultura representa aproximadamente el 7% del PBI colombiano y ocupa a cerca del 17% de la PEA³. Este sector es un pilar importante de la economía del país ya que medio millón de familias dependen de la producción de café para su subsistencia. Asimismo, otros cultivos importantes como la caña de azúcar, el banano y el algodón forman parte de la oferta agroexportadora del país. Un grave problema es la desigual distribución de tierras, más del 50% está en manos de solo el 1% de los propietarios. Sin embargo, para impulsar el crecimiento, el Gobierno tiene previsto recortar los impuestos sobre insumos agrícolas y el uso de energía.

² Productividad: Relación entre la producción obtenida y los recursos utilizados para obtenerla

³ Cfr. CIA World Factbook - Colombia

El sector industrial representa el 38% del PBI y emplea al 21% de la fuerza laboral. Gran parte de las actividades manufactureras se concentran en las periferias de las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla. El sector está liderado por grandes conglomerados privados y las industrias principales incluyen confecciones de algodón y lana, calzado, alimentos procesados, tabaco, productos siderometalúrgicos y metalmecánicos, montaje de automóviles, productos químicos, refinación de petróleo y derivados petroquímicos.

El sector servicios representa el 56% del PBI y emplea al 62% de la población. El sistema bancario espera una consolidación a través de fusiones y adquisiciones para los próximos años, mientras que el comercio minorista se verá beneficiado por el crecimiento de la demanda interna y el mayor poder adquisitivo. En tanto, el Gobierno de Colombia invertirá US\$ 67 mil millones para desarrollar infraestructura turística (parques temáticos, muelles, embarcaderos y centros de convenciones)⁴.

En cuanto a sectores más dinámicos destacan minería y energía, como consecuencia del previsto crecimiento de la producción diaria de petróleo que llegará a 1,15 millones de barriles diarios en 2014, y las exportaciones de carbón que se incrementarán en 16%. Como consecuencia de ello, actividades de transporte y logística también se verán beneficiadas notablemente⁵.

3.3. Nivel de Competitividad⁶

Colombia escaló dos posiciones y se ubicó en el puesto 43 en el Ranking Doing Business 2014 elaborado por el Banco Mundial (BM) como consecuencia de las reformas gubernamentales para mejorar el clima de negocios. Asimismo, el país ha avanzado más rápido en lo relativo a solución eficiente de controversias comerciales, así como ha experimentado mejoras sustanciales en lo que refiere a competitividad en el campo energético mediante la reducción de tiempos en la realización de conexiones de energía⁷.

Cuadro N° 2: Ranking Facilidad para Hacer Negocios 2014

Criterios	Colombia	Perú	Chile	México	Panamá	Ecuador	Venezuela
Facilidad de hacer negocios	43	42	34	53	55	135	181
Apertura de un negocio	79	63	22	48	25	176	157
Manejo permiso de construcción	24	117	101	40	62	64	110
Acceso a electricidad	101	79	43	133	16	138	167
Registro de propiedades	53	22	55	150	74	91	95

⁴ Cfr. Euromonitor International – Colombia Country Pulse

⁵ Cfr. BBVA Research 2014

⁶ Cfr. Doing Business 2014: Italy

⁷ Cfr. Reporte de Competitividad 2014 – 2013

Obtención de crédito	73	28	55	42	55	86	130
Protección de los inversores	6	16	34	68	80	138	182
Pago de impuestos	104	73	38	118	175	91	187
Comercio transfronterizo	94	55	40	59	11	122	173
Cumplimiento de contratos	155	105	64	71	127	99	92
Cierre de una empresa	25	110	102	26	112	143	165

Fuente: Doing Business 2014 Elaboración: PROMPERU

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1. Intercambio Comercial Colombia - Mundo

Cuadro N° 3: Intercambio Comercial de Bienes Colombia – Mundo
Millones de US\$

Comercio Exterior	2009	2010	2011	2012	2013	Var % Promedio	Var% 2013/2012
Exportaciones	32 853	39 552	56 509	60 667	58 822	15,7	-3,0
Importaciones	32 898	40 683	54 675	59 111	59 397	15,9	0,5
Balanza Comercial	-45	-1 130	1 834	1 555	-575	-	-
Intercambio Comercial	65 751	80 235	111 184	119 778	118 219	15,8	-1,3

Fuente: GTA Elaboración: PROMPERU

Las importaciones colombianas aumentaron 15,9% en promedio anual en los últimos cinco años, y en 2013 sumaron US\$ 59 397 millones. Los principales proveedores de este país fueron Estados Unidos (30% de participación), China (19%), México (10%), Brasil (4%) y Alemania (4%), mientras que los productos con mayores compras fueron manufacturas (77% de participación), combustibles y productos de industrias extractivas (12%) y productos agropecuarios, alimentos y bebidas (11%).

En 2013, las exportaciones colombianas representaron aproximadamente 15,6% de su PBI y disminuyeron 3,0% en relación a 2012. El país depende de las exportaciones de combustibles minerales, los cuales tuvieron una participación de 36,6% sobre los envíos totales en el último año; sin embargo, ha logrado diversificar su oferta de valor agregado, la cual ya significa el 40% de las exportaciones totales.

Cuadro N° 3: Intercambio Comercial de Servicios Colombia – Mundo
Millones de US\$

Comercio Exterior	2009	2010	2011	2012	2013	Var % Promedio	Var% 2013/2012
-------------------	------	------	------	------	------	-------------------	-------------------

Exportaciones	1 068	1 156	1 098	1 428	1 664	11,7	16,5
Importaciones	2 943	3 420	4 166	4 586	5 105	14,8	11,3
Balanza Comercial	-1 875	-2 264	-3 068	-3 158	-3 441	-	-
Intercambio Comercial	4 011	4 576	5 264	6 014	6 769	14,0	12,6

Fuente: UNCTAD Elaboración: PROMPERU

Colombia es un importador neto de servicios, en 2013 registró importaciones por US\$ 5 105 millones y exportaciones de US\$ 1 664 millones. Los servicios empresariales lideran las importaciones colombianas con una participación de 47% sobre el total, seguidos por la banca y los seguros (18%) y las franquicias y licencias (13%).

Por otro lado, los principales servicios exportados por Colombia son los servicios empresariales (54% de participación), telecomunicaciones (12%) y software (12%), básicamente a mercados regionales. Los ejemplos más relevantes son las operaciones en Centroamérica de EPM⁸, la presencia en transmisión de energía de ISA en Chile, Brasil, Ecuador, Perú y Bolivia, así como la adquisición de los activos del grupo holandés ING en Chile, Uruguay, Perú y México por parte del Grupo Sura.

4.2. Intercambio Comercial Colombia – Perú

Información Comercial Colombia - Perú

Cuadro N° 4: Intercambio Comercial Colombia – Perú
Millones de US\$

Comercio Exterior	2009	2010	2011	2012	2013	Var % Promedio	Var% 2013/2012
Exportaciones	646	798	1 045	921	846	7,0	-8,1
Importaciones	906	1277	1419	1511	1415	11,8	-6,4
Balanza Comercial	-260	-479	-375	-590	-568	-	-
Intercambio Comercial	1 552	2 076	2 464	2 432	2 261	9,9	-7,0

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

El intercambio comercial Perú – Colombia ha mantenido una tendencia creciente, con una tasa promedio anual de 9,9% para el periodo 2009 – 2013, lo cual obedeció al incremento del flujo comercial en ambos sentidos. Este comercio ha sido históricamente deficitario para nuestro país, y en 2013 fue US\$ 568 millones.

Las importaciones peruanas desde Colombia aumentaron fundamentalmente por las compras de materias primas como petróleo crudo (9% de participación), azúcar de caña (5%), pañales,

⁸ EPM: Empresas Públicas de Medellín

toallas y tampones higiénicos (4%), polipropileno en formas primarias (4%) y perfumes y aguas de tocador (4%).

Las exportaciones peruanas a Colombia se incrementaron 7,8% en promedio anual entre los años 2009 y 2013. Sin embargo, los envíos peruanos a este mercado han mantenido una sostenida tendencia incremental respaldada por las mayores ventas de productos manufacturados de la línea de envases y embalajes tales como películas de polipropileno biorientado y preformas.

Asimismo, los envíos no tradicionales representan 85% de los envíos a este mercado, entre los principales sectores destacan químico (US\$ 220 millones), sidero – metalúrgico (US\$ 151 millones) y agropecuario (US\$ 102 millones). En tanto, las exportaciones tradicionales tienen una participación de 15% sobre el total y los principales sectores son, petróleo y gas natural (US\$ 59 millones) y agrícola (US\$ 41 millones).

Sectores Tradicionales y no Tradicionales

Cuadro N°5: Exportaciones por Sectores Económicos

SECTOR	Valor en Millones de US\$		Var%
	2012	2013	2013/2012
TRADICIONAL	155	130	-16,1
Minero	28	24	-13
Cobre refinado y concentrado	1	0	-100,0
Estaño	2	2	-0,6
lata refinada	2	2	-3,6
Plomo refinado	1	0	-78,8
Zinc refinado	22	20	-7,0
Metales menores	0	0	253,6
Pesquero	6	6	8,4
Aceite de pescado	4	5	24,7
Harina de pescado	2	1	-31,6
Petróleo y gas natural	28	59	109,6
Petróleo derivados	28	29	3,5
Petróleo y gas natural	0	30	259 148,7
Petróleo crudo	0	0	-90,5
Agrícola	93	41	-56,5
Café	86	23	-73,2
Chancaca	0	3	-

Algodón Pima	2	0	-100,0
Algodón Tangüis	0	0	-7,3
Azúcar	6	14	141,0
Pieles frescas	0	1	-
NO TRADICIONAL	766	716	-6,5
Agropecuario	98	102	4,2
Textil	94	94	0,8
Pesquero	11	12	15,2
Químico	231	220	-4,8
Metal - Mecánico	40	41	2,5
Sidero - Metalúrgico	197	151	-23,3
Minería No Metálica	35	33	-8,1
Maderas y Papeles	39	44	11,1
Pieles y cueros	0	0	-63,5
Artesanías	0	0	-84,6
Varios (Inc. Joyería)	20	19	-8,4
TOTAL	921	846	-8,1

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

De acuerdo a la clasificación SUNAT, en los últimos dos años, los envíos a Colombia han decrecido como consecuencia de la contracción de los envíos tradicionales, específicamente del sector agrícola (- 56,5% de variación) debido a las menores exportaciones de café en US\$ 63 millones.

El sector no tradicional, también mostró una caída de 6,5% en 2013 en respuesta a los menores envíos del sector químico, principal rubro de exportación con valor agregado a este mercado con una participación de 31%. Sin embargo, otros sectores mostraron importante dinamismo tales como maderas y papeles (+ US\$ 5 millones) y agropecuario (+ US\$ 4 millones) debido al crecimiento de las ventas de impresos publicitarios y pañales para bebés, así como de arroz blanqueado o semi – blanqueado, respectivamente.

Exportaciones No Tradicionales

Cuadro N° 6: Principales productos no tradicionales

Partida	Descripción	Valor en Millones US\$					Var% Promedio	Var% 2013/2012	% Part 2013
		2009	2010	2011	2012	2013			
7408110000	Alambre de cobre refinado	121	187	184	160	118	-0.7	-26.0	16
3920209000	Películas de polipropileno biorientadas	16	14	28	28	31	18.4	9.5	4
3923302000	Preformas	16	13	21	24	24	10.8	-0.5	3
1006300000	Arroz semi - blanqueado o blanqueado	24	0	0	7	22	-2.4	218.1	3

4911100000	Impresos publicitarios	14	15	20	23	22	10.8	-7.2	3
7901120000	Zinc sin alear	13	14	21	17	15	4.5	-8.0	2
2207100000	Alcohol etílico sin denaturalizar	1	11	6	25	15	87.9	-39.8	2
4011209000	Neumáticos para autobuses o camiones	7	9	11	8	13	15.7	61.4	2
6006220000	Tejidos de punto de algodón, teñidos	3	6	9	9	13	39.9	41.8	2
7010904000	Bombonas, botellas y frascos de vidrio	7	8	11	9	12	15.2	30.6	2
	Otros	333	415	515	456	431	6.7	-5.4	60
	Total	556	692	826	766	716	6.5	-6.5	100

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

En 2013, fueron 1 670 las subpartidas no tradicionales enviadas a Colombia, entre las cuales destaca el alambre de cobre refinado que pese a su ligera contracción, sigue siendo el principal producto exportado con una participación de 16% como consecuencia de la mayor demanda colombiana propiciada por el notable desarrollo de proyectos de infraestructura, petróleo y minería.

Entre los productos más dinámicos están el arroz blanqueado o semi blanqueado (+ 218% de variación), los neumáticos para autobuses o camiones (+ 61,4%) y los tejidos de punto de algodón teñidos (+ 41,8%). Otros productos que mostraron un crecimiento significativo fueron las láminas de polipropileno biorientado (+9,5%) utilizadas usualmente como materia prima para la producción de coberturas para suelo, tuberías y demás manufacturas de plástico por parte de la industria colombiana.

V. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas Arancelarias

El proceso de apertura comercial de Colombia, que se inició a principios de la década de los 90, permitió la ampliación del régimen de libre importación, la disminución progresiva de aranceles y la implantaron de políticas orientadas a elevar el nivel técnico y legal del comercio colombiano.

Los productos peruanos no pagan aranceles para ingresar a Colombia. Nuestro país junto con Colombia, Ecuador y Bolivia forman parte de la Comunidad Andina (CAN) y entre los cuatro miembros de este sistema de integración existe una zona de libre comercio. Colombia aplica el arancel externo común de la CAN a los productos importados que ingresan a su territorio, excepto a los provenientes de los países de la CAN y de los países con los cuales ha firmado acuerdos comerciales.

El arancel externo de la CAN tiene cuatro niveles. A la mayoría de materias primas se le aplica el 5%, a los bienes de capital 10.0% y 15.0% para bienes intermedios. Por otro lado, este arancel está

adecuado al nuevo texto único de la NANDINA, nomenclatura arancelaria común de los países de la CAN.

Cabe agregar que la entidad gubernamental que se encarga de la administración y control del debido cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias es la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN; los aranceles, preferencias y otros impuestos que gravan las importaciones en Colombia pueden ser consultados en la página web de la institución: [DIAN](http://www.dian.gov.co).

Cuadro N° 7: Preferencias arancelarias para los principales productos no tradicionales

RK	Partida	Descripción	Posición del Perú como proveedor	Principales competidores	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	7408110000	Alambre de cobre refinado	1°	Chile (24%) Brasil (7%) México (4%)	5%	0%
2	3920209000	Películas de polipropileno biorientado	1°	Ecuador (20%) México (11%) India (7%)	6,7%	0%
3	3923302000	Preformas	1°	México (19%) Ecuador (17%) China (9%)	13,3%	0%
4	1006300000	Arroz blanqueado o semi blanqueado	3°	EEUU (73%) Ecuador (15%) Brasil (1%)	47,5%	0%
5	4911100000	Impresos publicitarios	1°	Ecuador (5%) Chile (3%) EEUU (3%)	15%	0%
6	7901120000	Zinc sin alear	1°	Brasil (1%) Holanda (0%) Finlandia (0%)	5%	0%
7	2207100000	Alcohol etílico sin desnaturalizar	1°	Ecuador (36%) Bolivia (20%) Cuba (7%)	10%	0%
8	4011209000	Neumáticos para autobuses o camiones	6°	China (39%) Brasil (16%) Corea del S. (10%)	10%	0%
9	6006220000	Tejidos de punto de algodón, teñidos	1°	China (6%) Ecuador (5%) Taiwán (2%)	10%	0%

10	7010904000	Bombonas, botellas y frascos de vidrio	2°	México (44%) China (10%) EEUU (9%)	10%	0%
----	------------	--	----	--	-----	----

Fuente: SUNAT / Trademap Elaboración: PROMPERU

Medidas No Arancelarias

Todas las mercancías importadas deben ser registradas ante el Ministerio de Comercio Exterior en un formulario "Registro de Importación", que puede ser comprado por un valor de US\$ 11. Se autoriza la mayoría de productos en forma automática si se presenta la solicitud, sin embargo, existe un cierto número de productos, especialmente agrícolas, que están sujetos a una licencia.

Las autorizaciones de importación (automáticas y con licencias) tienen una validez de 6 meses, a excepción de los siguientes productos: bienes de capital (12 meses) y productos perecibles (2 meses). Los productos deben ser solicitados en Aduanas antes de la fecha de vencimiento de la licencia⁹.

El Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) tiene a cargo la inspección y certificación de las importaciones de animales, plantas, insumos, productos y subproductos agropecuarios, incluso de productos pesqueros y acuícolas. El Sistema para Importación y Exportación de Productos Agropecuarios (SISPAP) del ICA permite consultar en línea los requisitos para la importación de productos agropecuarios, realizar trámites y hacer seguimiento de los mismos. Para mayor información: [ICA](#).

El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) emite los registros sanitarios de productos como alimentos, bebidas alcohólicas, cosméticos, productos de aseo, higiene, limpieza, medicamentos, dispositivos médicos, suplementos dietarios. Asimismo, otorgar visto bueno sanitario a la importación de los productos de su competencia. La información sobre los registros sanitarios y permisos a la importación está disponible en la página web de esta institución [INVIMA](#).

El Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) es el Organismo Nacional de Normalización de Colombia, y tiene como función promover, desarrollar y guiar la aplicación de Normas Técnicas Colombianas. Las normas técnicas colombianas deben ser cumplidas obligatoriamente, o en algunos casos voluntariamente por los productos comercializados en ese país. Por ello los productos importados como textiles, químicos, calzado, materiales y acabados para la construcción entre otros, deben cumplir con las normas técnicas de Colombia. Para acceder a información detalla sobre las normas técnicas de Colombia consultar la página web del [ICONTEC](#).

⁹ Cfr. DIAN

5.2. Otros impuestos Aplicados al Comercio

- Impuesto sobre bienes y servicios

Las exportaciones de productos peruanos a Colombia están sujetas al pago del IVA (16%). Cabe agregar que para servicios prestados desde Colombia existe una exención del impuesto al valor agregado (IVA).

Los aranceles, preferencias y otros impuestos que gravan a las importaciones en Colombia pueden ser consultados en la página web de la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales) de Colombia: [DIAN - Consulta de Aranceles, Preferencias y otros impuestos.](#)

5.3. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

El Acuerdo de Integración Perú – CAN, plenamente vigente desde 2005, consolidó un área de libre comercio entre Perú y los demás países miembros, entre ellos Colombia, en la cual se liberalizaron al 100% todos los productos del universo arancelario.

Además, estableció un marco general de principios y normas para la liberalización del comercio de servicios a nivel andino. En este sentido, cada país miembro otorgará inmediata e incondicionalmente un trato no menos favorable a los servicios y prestadores de servicios de los demás países miembros. Para mayor información sobre el acuerdo visitar el siguiente link: [Acuerdo de Integración Perú - CAN](#)

5.4. Servicios con Potencial Exportador

Colombia es un mercado de 47,4 millones de consumidores, los cuales tienen uno de los mayores poderes de compra de Latinoamérica (US\$ 11 189 de PBI per cápita – PPA)¹⁰. Este país brinda importantes oportunidades de negocio a los productos y servicios peruanos debido a diversos factores entre los que destacan el idioma común y la cercanía geográfica y cultural, así como la integración y la liberalización del intercambio bilateral a través del Acuerdo de Libre Comercio Perú – CAN y el Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico (AP)¹¹.

El Gobierno Colombiano ha mostrado su interés por el desarrollo del sector servicios a través del Programa de Transformación Productiva, el cual tiene como objetivo desarrollar sectores de clase mundial dentro de los que destacan, principalmente, los subsectores de servicios de software y tecnologías de información, así como tercerización de procesos de negocio (centros de contacto & BPO), turismo de salud y ecológico.

5.4.1. Oportunidades en la línea de software

¹⁰ Cfr. FMI Statistics 2013

¹¹ Cfr. Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico aún no está vigente

En la actualidad, el Gobierno Colombiano se encuentra sumando esfuerzos para el desarrollo, crecimiento y fortalecimiento de la industria del software y de tecnologías de información en el país. Frente a esta coyuntura, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC), mediante una alianza estratégica con la Federación Colombiana de Software (FEDESOFTE), ha implementado el Programa para el Fortalecimiento de la Industria de Tecnologías de Información (FITI)¹², el cual busca fomentar una visión estratégica del sector de TI en Colombia a través de la optimización constante del capital humano, la normatividad y la asociatividad, además de fomentar la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías. El objetivo a mediano plazo, hacia 2014, es duplicar el tamaño de las ventas de la Industria de TI, tanto en el mercado local, como internacional.

Según IDC¹³, entre 2007 y 2012 los ingresos del sector de TI en Colombia se incrementaron en 177% y totalizaron US\$ 6 803 millones, lo cual demuestra el gran dinamismo y las crecientes oportunidades que muestra el sector. De acuerdo a PROEXPORT, las principales oportunidades de negocio identificadas para esta clase de servicios se vienen dando en los siguientes sectores:

- **Software de Salud:** demanda de servicios en áreas de seguimiento a pacientes (Telemedicina) y consolidación de información (Data Entry) como consecuencia de la creciente demanda de la población y la expansión del sector salud.
- **Software y Aplicaciones Financieras:** Los servicios de tecnologías se han convertido en uno de los más dinámicos a partir del objetivo del Gobierno de bancarización masiva, que permite a los usuarios el uso de aplicaciones tecnológicas para manejar sus finanzas.
- **Aplicaciones móviles:** El mercado de apps en Colombia se encuentra en auge y se estima que facturó US\$ 425 millones¹⁴ en 2013. En promedio, los colombianos descargan 17 aplicaciones en sus teléfonos al año, siendo los juegos, las redes sociales y el entretenimiento las actividades más frecuentes.

El gasto de TI en Colombia sumó US\$ 6 119 millones, distribuidos en los nichos de hardware (US\$ 3 568 millones / 58% de participación), servicios de TI (US\$ 1 851 millones / 30%) y software (US\$ 698 millones / 11%). Además, las industrias de comunicaciones y media, banca y Gobierno representaron más del 50% del gasto total en TI en el país¹⁵. Los servicios de TI siguen siendo el segundo mercado de tecnología más resaltante, el cual representan el 30% del mercado y los servicios de despliegue y soporte significan más del 65% de estas ventas.

Las regiones colombianas con mayor presencia de empresas relacionadas a la industria del software fueron Cundinamarca (62.1%), Antioquía (12.1%), Pacífico (8%), Costa Atlántica (7%), Santander (3%), Eje Cafetero (2.8%). La industria colombiana de software ha logrado desarrollar gran

¹² Para mayor información: [FITI](#)

¹³ IDC: Proveedor líder en análisis e inteligencia de mercados del sector TI a nivel mundial

¹⁴ Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia

¹⁵ Cfr. IDC 2013

competitividad debido al notable desarrollo de clústeres de TI y software en las principales regiones de producción. Existen ocho clústeres específicos, los cuales son: el PacifiTIC (R. Pacífico), TIC del Triángulo del Café, Intersoftware (Antioquía), TIC Medellín (Antioquía), Corporación CINERTIC (Cundinamarca), Clúster del Software y TI de Bogotá (Cundinamarca) y CETICS (Santanderes).

Como ya se mencionó, Colombia es un mercado con notable crecimiento en este sector, pero que aún tiene mucho que hacer para combatir su principal amenaza, la piratería. Según Microsoft, en 2012, la piratería en Colombia alcanzó el 53% de las ventas totales, es decir, casi 6 de cada 10 máquinas poseen software falsificado. Pese a ello, Colombia tiene el índice más bajo de piratería de software en Latinoamérica, estando por debajo del índice promedio regional 61%.

Por último, con el fin de motivar el desarrollo y productividad de la industria de TIC's y software colombiano, el gobierno, en el año 2011 promulgó una ley que modificó la tarifa de retención en la fuente a título de renta de 11% a 3.5%, en lo relativo a licencias de software, únicamente en el caso de que el beneficiario se encuentre residiendo en Colombia.

5.4.2. Oportunidades en la línea de videojuegos y animación¹⁶

A nivel de Latinoamérica, Colombia es uno de los países con mayor proyección en la industria de videojuegos únicamente por detrás de Brasil y México. La creación de esta clase de software en el país ha mostrado una tasa de crecimiento promedio de 35% en los últimos cinco años debido al importante impulso que le ha dado el Gobierno a través de los programas Apps.co y Vive Labs.

En 2012, se calculó que la industria de videojuegos colombiana está compuesta por más de treinta empresas siendo las más importantes Brainz Games, Efecto Studios y Teravision Games. Las categorías de videojuegos que más se desarrollan son entretenimiento (36% de participación), advergaming¹⁷ (24%), edu – games o juegos educativos (8%) y serious games¹⁸ (4%).

Pese a ello la demanda de personal especializado en la creación de videojuegos es limitada siendo los puestos más demandados programadores (52% de participación), artistas (21%), diseñadores gráficos (16%) y músicos (2%).

Para inversores interesados, Bogotá es una buena alternativa ya que se ha logrado desarrollar un polo productivo que agrupa al 73% de las empresas del país. Además, cuenta con un amplio recurso humano y tiene una alta disponibilidad de servicios complementarios para la industria, ello ha logrado que más del 65% de las empresas desarrolladoras cuenten con algún cliente en el exterior directamente. Se recomienda enfocarse en proveer contenido a forjar alianzas estratégicas con desarrolladores extranjeros debido a que el mercado de consumo de videojuegos colombiano aun es

¹⁶ Cfr. Asociación de Desarrolladores de Videojuegos en Colombia - IGDA

¹⁷ Advergaming: Videojuegos diseñados para promocionar una marca específica

¹⁸ Serious Games: Juegos diseñados para fines académicos, exploratorios y hasta científicos

pequeño (solo 12% está dispuesto a pagar por ellos) y tiene preferencia por software gratuito o ilegal.

5.4.3. Oportunidades en la línea editorial

El sector editorial en Colombia es el cuarto más importante de Latinoamérica con una producción total, en 2012, de 14 220 títulos, únicamente por detrás de Brasil (75 942 títulos), México (27 751 títulos) y Argentina (27 661 títulos). Además, según el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y El Caribe (CERLALC), Colombia registró una producción editorial de 6 432 títulos en el primer semestre de 2013, representando el 8% de la producción total de títulos en Latinoamérica para ese periodo.

Colombia fue el segundo exportador latinoamericano de libros impresos, en 2012, con una participación de alrededor del 22%, siendo superado únicamente por México con 32% de participación. En 2013, las exportaciones colombianas de libros y otros impresos, sumaron más de US\$ 83 millones (-17.9% en comparación con 2012), y sus principales destinos fueron Estados Unidos de América (22%), México (17%), Venezuela (16%), Ecuador (10%) y Perú (7%).

Por otro lado, las importaciones colombianas de libros, folletos y otros impresos sumaron US\$ 72 millones, siendo los principales proveedores España (25%), Estados Unidos (19%), China (14%), México (13%), Reino Unido (5%) y Perú (4%).

De acuerdo a la Cámara Colombiana del Libro, los servicios de editoriales se muestran como un sector activo y dinámico gracias a la óptima calidad de los procesos, así como de los profesionales que intervienen en la cadena productiva.

Según la CERLALC, en 2012, Colombia fue el tercer país latinoamericano con mayor porcentaje de no lectores de libros (52% de la población), únicamente por detrás de México (73%) y Perú (65%). Sin embargo, los lectores de libros (48% de la población) cuentan con hábitos de lectura muy arraigados y dinamizan las ventas de la categoría, teniendo una frecuencia de lectura de libros de varias veces por semana y 4,1 libros por habitante. Las principales motivaciones para leer son la actualización cultural, la educación y la recreación lo que significa una interesante oportunidad para libros de literatura popular y de entretenimiento. Existen también oportunidades en cuanto al rubro de libros académicos o escolares, ya que el 45% suele comprar libros de esta temática, generalmente público universitario.

En cuanto al perfil del comprador de libros colombiano, según una encuesta del DANE, las mujeres son las que más libros leen en comparación con los hombres (56.5% vs 43.5%). La región con mayor dinamismo, en cuanto a lectura y venta de libros, es Bogotá, ciudad donde se compran 5.3 libros en promedio por lector. En 2012, además, solo el 32% de colombianos afirma que para

acceder a un libro lo compra, de los cuales el 45% lo compran en librerías, mientras que un 5% lo hace en quioscos.

Por último, en el mercado editorial colombiano los márgenes están en función de las rebajas que se reciben del canal de comercialización inmediatamente anterior. Sumando dichos descuentos se obtienen los márgenes comerciales. Los márgenes con los que operan los múltiples canales de venta son los siguientes¹⁹:

- **Libros de librería**
Distribuidor: recibe de la editorial, tanto local como extranjera, rebajas del 50% al 60%.
Librería: obtiene del distribuidor rebajas del 35% al 40%.
- **Libros de texto**
Editor: ofrece al punto de venta final los ejemplares con una media de rebajas del 25% al 40% (su margen aproximado es del 15%-20%).

Por último, en cuanto al régimen tributario colombiano, este incluye algunas especificidades claves en el momento de configurar el mercado interno. La más determinante de las mismas es la exención del IVA para la venta de libros.

5.4.4. Oportunidades en la línea de centros de contacto

El sector de TI y BPO en Colombia es uno de los más prometedores y dinámicos de la región debido al sostenido apoyo del gobierno y al capital humano altamente capacitado y barato. Según la Asociación Colombiana de Contact Centers & BPO (ACDCB) y la ANDI, los ingresos operacionales del sector alcanzaron US\$ 2 513 millones en 2012, lo cual significó un crecimiento de 78% con respecto a 2010. Asimismo, se maneja que las exportaciones de BPO colombianas aumentaron en 77% entre 2010 y 2012.

En cuanto a oportunidades, según Wipro Consulting Research, el mercado colombiano de BPO ofrece una de las más altas rentabilidades a nivel latinoamericano y posee el tercer personal mejor capacitado de la región, por debajo de Brasil y México. Algunas ventajas comparativas que ofrece el capital humano colombiano son:

- **Bilingüismo:** 10% de la población económicamente activa (PEA) colombiana es bilingüe. Creciente cantidad de personas inscritas en cursos de idiomas, sobre todo, inglés y portugués. Actualmente, más de 26 000 profesionales están certificados en algún nivel de inglés en Colombia siendo las regiones de Cundinamarca y Antioquía, las más beneficiadas con 65% y 9,8%, respectivamente.

¹⁹ProChile: Estudio de Mercado Editoriales en Colombia 2012

- **Acento Neutro:** El acento colombiano, específicamente, el de Bogotá es mayoritariamente considerado como el más neutro de habla hispana.

Otro factor importante, es la ubicación geoestratégica de Colombia, la cual se encuentra al medio de cinco zonas horarias, al igual que Perú, teniendo la misma hora con importantes centros comerciales como Miami, New York y Toronto.

Por último, en 2012, según la ACDCC, la industria de BPO colombiana atendió principalmente a los sectores telecomunicaciones (43%), banca y servicios financieros (15%), Gobierno (5%) y seguros (5%). A su vez, el 60% de las empresas prestaron servicios *Inbound*, es decir ventas internas, dentro de la frontera; mientras que un 34% brindaron servicios *Outbound*, o lo que sería ventas al exterior y sólo un 6% realizaron servicios *Back Office* (Gestión de RRHH, finanzas y contabilidad, gestión de crédito y riesgo, etc.).

5.4.5. Oportunidades en la línea de servicios de arquitectura

A través de los años, el comportamiento del PBI colombiano se ha visto notablemente influenciado por el comportamiento del sector de la construcción ya que ha sido un importante generador de puestos de trabajo, así como un indicador de la aceleración o desaceleración de la economía. A su vez, el gasto total en servicios de vivienda (alquiler, hipotecas inmobiliarias, reparación y mantenimiento, etc.) en Colombia alcanzó US\$ 39 520 millones en 2013, representando 17% de los gastos totales²⁰.

En cuanto a tendencias de la demanda de servicios de diseño y arquitectura, el comportamiento del mercado colombiano muestra preferencias por la arquitectura paisajista compuesta por arquitectos independientes que efectúan consultorías y/o diseños de los proyectos y son los constructores quienes se encargan de la ejecución o desarrollo de los mismos; sin embargo, estos constructores puede que no sean precisamente los dueños del proyecto, pero pueden subcontratar el servicio de diseño. El fenómeno de las construcciones paisajísticas ha cobrado notable relevancia en los últimos años en Colombia, debido al considerable crecimiento de las construcciones de malls o centros comerciales, ya que los colombianos suelen pasar mucho tiempo en esas instalaciones. Esto también ha traído consigo un incremento en los proyectos habitacionales hacia afuera de las ciudades más importantes donde, gracias a la gran cantidad de terrenos disponibles y aptos para la construcción, los colombianos de altos ingresos pueden diseñar a su gusto sus hogares, donde el paisaje es uno de los factores más importantes.

Por último, vale la pena mencionar que Colombia reconoce el ejercicio profesional por parte de ciudadanos extranjeros, solamente, si es que cumplen con las condiciones estipuladas en la Ley 435 de 1998²¹, la cual establece el régimen de la Licencia Temporal Especial para extranjeros y regula la

²⁰ Cfr. Euromonitor International : Consumer Expenditure Colombia 2014

²¹ Para mayor información: [Ley 435 de 1998](#)

participación de profesionales foráneos a nivel público y privado. La norma en cuestión, fija que la licencia temporal se concede por un plazo no mayor de un año, con la opción de ser renovada a discrecionalidad del Consejo Profesional Nacional de Arquitectura. Un segundo requisito aplicable a todos los profesionales, al margen de su origen, es que su título profesional sea reconocido por el Instituto Colombiano de Educación Superior.

5.4.6. Oportunidades en la línea de servicios logísticos

Las oportunidades en la línea de servicios logísticos y de transportes son cada vez más amplias en Colombia gracias a la integración económica y comercial que viene teniendo con el mundo a través de los Tratados de Libre Comercio y a los esfuerzos constantes que viene realizando el Gobierno Colombiano para mejorar la infraestructura nacional.

Pese a estos esfuerzos, la oferta logística no logra satisfacer tanto la demanda local como la de exportación que se ha visto impulsada por la firma de los TLC's, sobre todo con EE.UU. y la UE. A su vez aún existe un importante déficit en cuanto a servicios de transporte y distribución eficientes para actividades extractivas como la minería y el petróleo.

El mercado de la logística es uno de los más dinámicos en Colombia, ya que se estima que alrededor del 40% de las empresas colombianas terciarizan dicha actividad y 8% lo considera hacer en algún momento²². La demanda de transporte y distribución física internacional, incluido almacenamiento, muestran las mayores perspectivas positivas frente al número importante de TLC's que están entrando en vigencia y a la mejora de la infraestructura del país.

5.4.7. Oportunidades en la línea de franquicias

Colombia es uno de los mercados latinoamericanos con mayor potencial para el mercado de franquicias. En el periodo 2013 – 2004, el mercado colombiano de franquicias experimentó un crecimiento promedio anual de 10%, lo cual se debió, principalmente, al impulso brindado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), al inyectar capitales para el desarrollo de más de 120 proyectos nacionales²³.

Sin embargo, a causa de la crisis financiera internacional y a la poca efectividad del programa de franquicias colombianas a cargo de las Cámaras de Comercio, en 2011 la deserción de empresas colombianas que franquiciaban fue notable, generando grandes oportunidades para franquicias internacionales que registraron un crecimiento importante en dicho año²⁴

Pese a ello, la franquicia ha mostrado una importante reactivación en los últimos dos años (2012 y 2013) debido principalmente a la llegada de marcas internacional al país. A cierre del primer semestre del año 2013, existían en Colombia 513 franquicias. Las franquicias internacionales ven a

²² Cfr. Revista de Logística – Colombia 2013

²³ Cfr. Más Franquicias

²⁴ Cfr. Más Franquicias

Colombia como una fuente de potenciación de sus modelos de negocios, y por otro como salvavidas de la crisis de sus mercados locales.

La entrada de franquicias internacionales ha cambiado los montos de inversión mínimos requeridos en el sector. En la actualidad el 56% de las franquicias implican aportes de más de 100 millones de pesos (US\$ 52 mil aproximadamente) y el 44% inversiones menores a 100 millones de pesos.

En cuanto a origen, como ya se dijo, las franquicias colombianas obtuvieron un 51.3% de participación, seguidas por las de nacionalidad estadounidense (20.4%), españolas (6.6%), italianas (3.7%), inglesas (2.6%) y francesas (2.3%). Las franquicias peruanas representaron el 0.7% del mercado colombiano, siendo las principales del rubro gastronómico, entre ellas “El Pez On”, “Madam Tusán”, “Osaka” y “Amaz”²⁵.

Por sectores, destacan las franquicias de moda y confecciones (19,2% de participación), comidas rápidas (10,3%), tiendas especializadas (10,3%), restaurantes y bares (6,1%) y centros de capacitación (5,9%).

VI. Tendencias del Consumidor²⁶

Como consecuencia del crecimiento económico y la relativa pacificación del país, el consumidor colombiano ha experimentado importantes cambios en cuanto a su comportamiento y frecuencia de compra. Generalmente, los hábitos de consumo varían dependiendo de la etapa del año en que se esté. Mientras que en los primeros meses el gasto es moderado y se da básicamente por necesidad, a partir de la temporada escolar (abril – mayo) los precios suben y se utiliza más el crédito.

Las compras de moda y productos de belleza se realizan, en gran medida (68%), a partir de la segunda mitad del año y las prendas casuales son las que tienen más salida. En cuanto a entretenimiento se puede decir que los colombianos lo asocian a sus pasiones y esperanzas, ello explica el aumento de venta de loterías y la mayor asistencia a eventos religiosos en tiempos de crisis.

Al nivel de géneros, a nivel general, se puede afirmar que la mujer colombiana destina su gasto a alimentación y vestuario, mientras que los varones suelen consumir tecnología, moda y entretenimiento. Sin embargo, en ambos casos, la calidad suele ser el principal motivador de compra al punto de que, en muchas ocasiones, familias de escasos recursos prefieren pagar un mayor precio por asegurar la calidad de alimentos y vestimenta.

Algunas tendencias generales que muestra el mercado colombiano son las siguientes:

²⁵ Más Franquicias: Cifras de la franquicia en Colombia – Junio 2013

²⁶ Cfr. Confederación Colombiana de Consumidores / Euromonitor International

- Compra de marcas blancas de supermercados en productos de aseo debido a la baja lealtad hacia marcas tradicionales.
- La compra directa y la venta por catálogo son cada vez más populares.
- Los consumidores le dan mayor valor agregado a marcas asociadas a calidad, cuidado del medio ambiente y responsabilidad social.
- El pago en efectivo se da con mayor frecuencia.
- Familias cada vez más pequeñas.
- Mayor espacio en las góndolas de supermercados de productos “light” a consecuencia de la tendencia mundial enfocada en la vida sana y el bienestar.

VII. Cultura de Negocios²⁷

En Colombia, como en la mayoría de países de América Latina, las relaciones personales son muy valoradas. Es usual que primero se busque conocer a la persona o cliente antes de hacer negocios ya que es con la persona, no con la empresa, con quien se espera mantener el contacto.

La toma de decisiones se realiza de forma muy jerárquica. Es por ello que se debe procurar negociar al máximo nivel. El proceso de negociación suele ser largo y difícil. Por ello, se debe evitar cambios en el equipo de negociación ya que complicaría el proceso a seguir.

Con respecto al uso del idioma, es necesario recordar que Colombia es uno de los países que mejor conserva el lenguaje y el protocolo de la España Tradicional²⁸. En lo posible se debe crear un ambiente de confianza en donde las negociaciones se puedan desarrollar de una manera cordial.

Se recomienda, como temas de conversación, mencionar ciertos aspectos de la historia del país (bicentenario, figura del Libertador Simón Bolívar), la literatura (Nobel Gabriel García Márquez) y el turismo (Cartagena de Indias). Por otro lado, se debe evitar realizar comentarios sobre política local.

VIII. Links de interés

**Cuadro N° 8:
Links de Interés**

Entidad	Enlace
Ministerio de Hacienda y Crédito Público	http://www.minhacienda.gov.co/

²⁷ Cfr. Banesto

²⁸ Global Negotiator

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	http://www.mincit.gov.co/
PROEXPORT Colombia	http://www.proexport.com.co/
Ventanilla Única de Comercio Exterior de Colombia	http://www.vuce.gov.co/
Invierta en Colombia	http://www.inviertaencolombia.com.co/
Cámara de Comercio Colombo - Peruana	http://www.colperu.com/
Cámara de Comercio de Bogotá	http://camara.ccb.org.co/portal/default.aspx
Dirección de Aduanas e Impuestos de Colombia	http://www.dian.gov.co/
Asociación Colombiana de Contact Center & BPO	http://acdecc.org/esp/
Asociación Colombiana de Franquicias (ALCOFRAN)	http://www.centercourt.com/acolfran/
Cámara Colombiana del Libro	http://www.camlibro.com.co/
Cámara Colombiana de la Construcción (CAMACOL)	http://camacol.co/
Federación Colombiana de Agentes Logísticos	http://www.fitac.net/
Sociedad Colombiana de Arquitectos	http://www.scabogota.org/

IX. Eventos Comerciales

**Cuadro N° 9:
Ferias Comerciales**

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Feria Internacional del Libro de Bogotá 2014 – FILBO 2014	Editoriales	Bogotá, Col	I: 29 – 04 – 2014 F: 12 – 05 - 2014	www.feriadellibro.com/
Expogestión 2014	BPO / Software	Cali, Col	I: 07 – 05 – 2014 F: 08 – 05 - 2014	www.expogestion.com.co/
Expolearning América Latina 2014	Editoriales / Software	Bogotá, Col	I: 18 – 06 – 2014 F: 19 – 06 - 2014	www.expoelearning.com/
Feria FANYF 2014	Franquicias	Bogotá, Col	I: 02 – 07 – 2014 F: 03 – 07 - 2014	www.fanyf.com
Sala Logística de las Américas 2014	Transporte y Logística	Bogotá, Col	I: 04 – 08 – 2014 F: 06 – 08 - 2014	www.salalogistica.com.co
EXPOCAMACOL 2014	Arquitectura / MAC	Medellín, Col	I: 27 – 08 – 2014 F: 30 – 08 - 2014	www.expocamacol.com/

Fuente: N.ferias / Links directos Elaboración: PROMPERU

X. Bibliografía

- **Trademap**
www.trademap.org
- **Euromonitor International**
www.euromonitor.com
- **Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - Perú**
www.sunat.gob.pe

- **Doing Business**
www.doingbusiness.org
- **CIA, The World Factbook**
www.cia.gov
- **Fondo Monetario Internacional (FMI)**
www.imf.org
- **Global Trade**
<http://www.gtis.com/GTA/>
- **Banco Mundial**
www.worldbank.org/
- **XE**
www.xe.com
- **Market Access Map**
www.macmap.org
- **ICA**
www.ica.gov.sg
- **Global Competitiveness Report 2011-2012**
www.weforum.org
- **ICEX España**
www.icex.es
- **Acuerdos Comerciales del Perú**
www.acuerdoscomerciales.gob.pe
- **Mundo Ferias**
www.mundoferias.com/index.html
- **Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) – Perú**
www.mincetur.gob.pe