

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2011

Perfil de Producto-Mercado

**Perfil de mercado de
franquicias en
Colombia**



Presentación

En 1995, la Organización Mundial del Comercio – OMC y sus países miembros, entre los que se encuentra Perú, redactaron los principios y definiciones del comercio de servicios. Estos se plasmaron en el Acuerdo General del Comercio de Servicios – AGCS.

Desde el año 2004, PROMPERU ha apostado por este importante sector, a través del **Programa de Promoción de Exportación de Servicios**. Este ha permitido obtener logros importantes relacionados con la organización y caracterización de la oferta exportable, la competitividad de las empresas del sector, la generación de una institucionalidad especializada, la promoción internacional de la oferta a través de las marcas sectoriales, calidad, entre otros.

Los resultados favorables y el buen desempeño de las empresas a nivel internacional fueron la base para que el gobierno peruano promulgue la Ley Nro. 29646¹ “Ley de Fomento del Comercio Exterior de Servicios”. Con esta ley, vigente desde el 31 de diciembre de 2010, Perú expresa su voluntad de desarrollar este importante sector y lo declara de interés nacional.

En la actualidad los países con estructuras de costos elevadas están más que propensos a deslocalizar servicios hacia mercados en los cuales puedan reducir costos y aprovechar la presencia de empresas internacionales especializadas en los mismos; al mismo tiempo que mantienen sus actuales mercados. Así, en el año 2010, el comercio mundial de servicios alcanza los US\$ 3,800 miles de millones y representa el 20% del comercio mundial.

En el Perú, el comercio de servicios toma cada vez un mayor protagonismo, al haberse convertido en una importante fuente de generación de empleo y divisas. Adicionalmente, contribuye de manera importante en el PBI e incentiva la inversión privada. El comercio de servicios en Perú totalizó US\$ 3,956 millones en 2010.

En este marco, PROMPERU pone a disposición de la comunidad empresarial el **Perfil de mercado de Franquicias en Colombia**, el cual ofrece información relacionada con las características del mercado, los aspectos legales y tributarios, la inversión extranjera, el acceso al mercado, así como los diferentes acuerdos comerciales que este tiene con terceros países. Esperamos que esta publicación, le permita a usted, señor Empresario, contar con los elementos necesarios para diseñar una estrategia de negocios y le permita realizar un adecuado plan de exportación de servicios.

Departamento de Exportación de Servicios

¹ <http://www.congreso.gob.pe/ntley/Imagenes/Leyes/29646.pdf>

INDICE

Resumen Ejecutivo	4
1. Información del entorno macro	5
1.1 Factores Económicos	6
1.1.1 Indicadores macroeconómicos	8
1.1.2 Análisis del Sector Servicios	10
1.1.3 Distribución del gasto	14
1.1.4 Balanza Comercial Bilateral Perú Colombia	17
1.1.4.1 Comercio Exterior de Colombia	17
1.1.4.1.1 Exportaciones Colombia	17
1.1.4.1.2 Importaciones Colombia	19
1.1.4.2 Relaciones Peruano - Colombianas	22
1.2 Factores socio demográficos	25
1.2.1 Estadísticas poblacionales	25
1.2.2 Mapa socioeconómico de Colombia	28
2. Mercado de Franquicias en Colombia	30
2.1 Composición del mercado	31
2.2 Clasificación por sectores	33
2.2.1 Franquicias de Alimentación	34
2.2.2 Franquicias de Automóviles	35
2.2.3 Franquicias de Belleza, Salud y Deportes	35
2.2.4 Franquicias del Cuidado del Hogar	35
2.2.5 Franquicias Diversas	35
2.2.6 Franquicias Hoteles y Restauración	35
2.2.7 Franquicias de Informática y Electrónica	36
2.2.8 Franquicias de Moda y Accesorios	36
2.2.9 Franquicias de Regalos, Muebles y Decoración	36
2.2.10 Franquicias de Ocio y Entretenimiento	36
2.2.11 Franquicias de Servicios Especializados	36
2.2.12 Franquicias de Servicios para las empresas	37
2.3 Clasificación por modalidad de propiedad de los locales	37
2.3.1 Costos de compra y alquiler de inmuebles	38
2.4 Facturación	39
2.5 Generación de empleo	40
2.6 Rango de Inversión	42
2.7 Regalías	42
2.8 Principales franquicias en Colombia	43
2.9 Promoción y publicidad	45
2.10 Principales consultoras de franquicias	47
3. Aspectos Legales	51
3.1 Requisitos de marca comercial	51
3.1.1 Precios y plazos para adquirir marca comercial	52
3.1.2 Requisitos para solicitar patente de inversión o Modelo de Utilidad	53
3.1.3 Requisitos para solicitar un requisito de diseño industrial	54
3.2 Marco legal para la inversión extranjera	55
3.3 Régimen Tributario	56
3.3.1 Impuesto a la Renta	56
3.3.2 Impuesto de Timbre	56
3.3.3 Impuesto de Industria y Comercio	56
3.3.4 Impuesto Predial	57
3.3.5 Impuesto Registro	57
3.3.6 Gravamen a los movimientos financieros	57
3.3.7 Impuesto sobre ganancias ocasionales	57
3.3.8 Impuestos de remesas	57
3.4 Impuesto al valor agregado (IVA)	57
3.5 Regulaciones y normas	59
3.6 Modelación: Base Imponible y cálculo del impuesto adicional para remesas □ Caso Animales Vivos	61

4. Acceso al mercado	61
4.1 Acuerdos Comerciales	62
4.2 Flujo de Inversiones entre Colombia y Perú	65
4.2.1 Inversiones de Colombia en Perú	66
4.2.2 Inversiones de Perú en Colombia	68
5. Tendencias	70
6. Conclusiones	71
7. Bibliografía	71

Resumen Ejecutivo

Colombia es la cuarta economía más importante de América Latina, tras Brasil, México y Argentina con un PBI aproximado de 396 mil millones de dólares. La distribución por actividad económica fue 13,9% agricultura, 30,3% industria y 55,8% servicios; con un crecimiento proyectado del 4% para el 2011. Adicionalmente, cuenta con la tercera población más grande de la región de 46 millones de habitantes, de los cuales el 77% está ubicado en áreas urbanas. La composición de la población está dada en 51,4% mujeres y 48,6% hombres. Según el FMI, ha experimentado un crecimiento promedio de 5,5% desde el año 2002.

El país también disfruta de una excelente ubicación estratégica, ya que sus costas tienen acceso tanto al Océano Pacífico como al Atlántico, lo que le permite alcanzar mercados en Estados Unidos, Europa, Asia, América Latina y el Caribe.

Las franquicias constituyen una forma importante de hacer negocio con menor riesgo y que garantiza rentabilidad, en el mercado colombiano aún no está lo suficientemente desarrollado, son 300 redes con 6,242 franquicias, por lo cual aún hay espacio para seguir estableciendo más negocios en este mercado emergente².

El sistema de franquicias está concentrado principalmente en tres Ciudades, Bogotá, Medellín y Cali. La principal ciudad Colombiana por el número de centrales de franquicias es Bogotá, que aglutina aproximadamente el 36% seguida de cerca por la ciudad de Medellín, con un 22% y en tercer lugar Cali con el 11%; entre estas tres Ciudades se agrupa casi el 70% de los establecimientos. El resto de ciudades se encuentran a bastante distancia por localización de redes, Bucamanga y Barranquilla están empezando a tener cantidades significativas de franquicias

Cabe destacar que Colombia presenta oportunidades para generar franquicias rentables, situación que se sustenta por el comportamiento de indicadores que considera la oferta y la demanda del sector.

- De las 300 redes que operan en Colombia, 104 es decir el 35% están vinculadas al sector retail.
- El 20% de las redes es decir 61 empresas pertenecen al sector servicios.
- El 15% de las redes es decir 45 cadenas son de hostelería.
- En los que respecta al sector hostelería, 25 están enfocadas en comida rápida, 16 en restaurantes y bares y 4 en heladerías.
- El 59% de las franquicias tienen menos de diez establecimientos.
- Solo el 8% de las cadenas poseen más de 50 unidades de negocio.
- El 67% del total de franquicias que existen en Colombia son empresas nacionales y el 33% restante corresponde a empresas internacionales que tienen presencia en Colombia por medio de franquicias.
- El 44,9% de franquicias en Colombia son de procedencia Americana, liderada por los Estados Unidos, siguiéndole, Italia, Argentina, España y Francia entre otros³.

² Tormo & Asociados

³ La franquicia en Colombia un negocio en auge, www.masfranquicias.com

En los últimos años el sistema de franquicias en Latinoamérica se ha consolidado como la mejor opción para que los empresarios crezcan sus propios mercados y se expandan en mercados internacionales. Para Colombia el momento adecuado ha llegado, y la franquicia en nuestro mercado comienza a surgir.

En la actualidad la franquicia en Colombia se encuentra en una etapa apta para su evolución, los empresarios nacionales, gracias a su nivel empresarial cuentan con muy buenas condiciones para asumir con seriedad y profesionalismo una expansión a través del sistema de franquicias. Actualmente países extranjeros señalan a Colombia como mercado con formidable potencial para el desarrollo del sistema, en el cual el alto factor “confianza” a nivel político y económico se hacen notar.

Aunque Colombia se encuentra en una fase de crecimiento en cuanto al sistema de franquicias, el panorama es muy positivo y optimista, pues el número de empresas nacionales que han comenzado a expandirse o piensan hacerlo a través de esta estrategia se ha incrementado.

1. Información del entorno macro

En los países del mundo desarrollado la utilización de la geografía desempeña un papel determinante en la localización, uso, manejo, distribución y evaluación de los recursos, así como en la planeación racional de la economía para lograr que el progreso sea más armónico a nivel local, regional y nacional. Colombia desde 1970 ha venido implementando planes de desarrollo económico y social. La política de seguridad democrática y la mayor estabilidad institucional instaurada por el último gobierno ha contribuido al mejor desempeño de la economía colombiana. Con respecto a la información macro-económica se presentan los siguientes resultados:

Actividad económica. Los principales indicadores líderes sugieren que la recuperación continuó afirmándose en el primer trimestre de 2010. Por una parte, en febrero se mantuvo la tendencia positiva de la producción industrial (3% anual) y el comercio minorista (4% anual); y por otra parte, los índices de confianza mejoraron. La de los consumidores alcanzó en marzo un máximo desde mayo de 2009, mientras que la de los industriales aumentó por segundo mes consecutivo en febrero, como consecuencia tanto de las perspectivas más optimistas de reactivación mundial como de la prolongación del estímulo monetario doméstico, Asobancaria elevó su previsión de crecimiento para 2010 de 2% a 2,4%.

Política monetaria. El Banco de la República redujo 50% su tasa de interés de intervención, dejándola en 3%. La decisión se tomó teniendo en cuenta que los riesgos al alza de la inflación han disminuido, que las expectativas permanecen ancladas y que se mantiene una brecha del producto negativa. Asobancaria prevé que la Junta del Banco mantendrá la tasa en 3% por lo menos hasta el último trimestre del año⁴.

Desempleo. En marzo de 2010, la tasa de desempleo tanto para el total nacional (11,8%) como para la zonas urbanas (12,3%) se redujo (0,2% y 1,2% respectivamente), en relación con el mismo mes del año anterior, debido al aumento en el número de ocupados (3,3% y 4% anual, en cada caso).

Mercados: A pesar de que las mejores perspectivas de recuperación de la economía mundial redujeron aversión al riesgo en los mercados financieros internacionales y ayudaron a prolongar el auge en las bolsas y la debilidad del dólar americano alrededor del mundo en el primer trimestre de 2010, las últimas semanas de abril estuvieron marcadas por una mayor volatilidad en los precios de los activos, como consecuencia de la crisis fiscal en Grecia, la incertidumbre por un eventual contagio a otras economías de la Eurozona y la degradación de sus deudas soberanas. Hasta el momento el mercado de deuda pública colombiano no se ha visto afectado seriamente. Por el contrario, los mejores resultados de la industria y el comercio, junto con un canje de deuda del Ministerio de Hacienda, con el fin de mejorar el perfil, han permitido valorizaciones en los títulos.

⁴ Según Asobancaria – 2010

Tasa de Cambio: En línea con la tendencia mundial, la moneda colombiana en el último mes de abril registró una estabilización, por el nerviosismo generado por la profundización y eventual contagio de la crisis fiscal griega. Si la crisis no se extiende, se prevé que la tasa de cambio retomará a la senda apreciadora, debido a la abundante entrada de capital extranjero esperada para este año, tan pronto como se logre la aprobación del crédito externo necesario para permitir a Grecia el puntual servicio de su deuda pública, a cambio del compromiso con el logro de las metas del programa de ajuste que se está concertando con el FMI, el BCE y la Unión Europea

El Fondo Monetario Internacional elevó su pronóstico de crecimiento para América Latina al cuatro por ciento este año y el próximo, y destacó la necesidad de ajustar a tiempo la política monetaria y fiscal. Las proyecciones anteriores del FMI en enero para la Región fueron de un crecimiento de 3,7 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) en 2010 y de 3,8 por ciento en 2011.

El Fondo elevó sus pronósticos de crecimiento global para fines del 2010 a 4,2 por ciento, desde su proyección de enero de 3,9 por ciento y mantuvo la previsión del próximo año sin cambios en 4,3 por ciento. Colombia con un PIB de 0,4 por ciento en el 2009 tendrá un crecimiento de 2,5 por ciento en el 2010 y de 4 por ciento para el 2011. El cuadro 1 muestra las estadísticas económicas para el período 2004-2009

Cuadro 1:
Estadísticas Claves de Colombia

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
PBI (Miles de Millones de Dólares Americanos)	113,8	144,6	167,5	207,8	242,6	235
PBI per cápita (Dólares Americanos)	2,023	2,392	2,488	2,999	3,211	3,076
PBI (variación anual en %)	4,7	5,7	6,8	7,6	2,5	0,1
Desempleo (%)	13,6	11,8	12	11,2	11,3	12
Exportaciones (Miles de Millones de Dólares Americanos)	16,8	21,2	24,4	29,9	37,6	32,9
Importaciones (Miles de Millones de Dólares Americanos)	16,7	21,2	26,2	32,9	39,7	32,9
IED (Miles de Millones de Dólares Americanos)	3	10,2	6,4	9	10,6	8,8
Tasa de cambio (vs Dólar Americano - final del período)	2,626	2,32	2,357	2,078	1,966	2,153
Inflación (%)	5,5	4,9	4,5	5,7	7,7	2

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE

1.1 Factores Económicos

La economía de Colombia es la cuarta más grande de América Latina tras las de Brasil, México y Argentina según el FMI, experimentando un crecimiento promedio anual de 5,5% desde 2002. La economía colombiana se habría expandido en torno al 4% durante el primer trimestre de 2010, informó el presidente Álvaro Uribe. Sin embargo, la desigualdad en la distribución de riqueza mantiene a 49.2% de colombianos viviendo por debajo de la línea de pobreza nacional, a lo que se suma el deficiente sistema pensional, el desempleo y el subempleo.

La moneda nacional es el Peso colombiano, el cual equivale a 0.000552486 USD o 1,810.00 pesos colombianos a 1 US Dólar USD (promedio al 09 de agosto del 2010). La economía colombiana se expandió 2,5% durante el último trimestre de 2009. El banco central estima que la economía crecerá 3% este año después de registrar un incremento del 0,4% en todo 2009 y proyecta que la inflación para 2010 se ubique entre 2% y 4%.

El principal producto de exportación de Colombia es el petróleo, cuyas reservas estimadas en 1.506 millones de barriles, son desarrolladas por Ecopetrol (14 %) y sociedades anónimas. Barrancabermeja es el primer centro petrolífero de este país. Otras explotaciones importantes son las de carbón y oro, y las de esmeraldas, cuya producción es liderada mundialmente por Colombia. Así mismo se destacan la industria textil, la alimenticia y la automotriz, y la producción de petroquímicos, biocombustibles, acero y metales

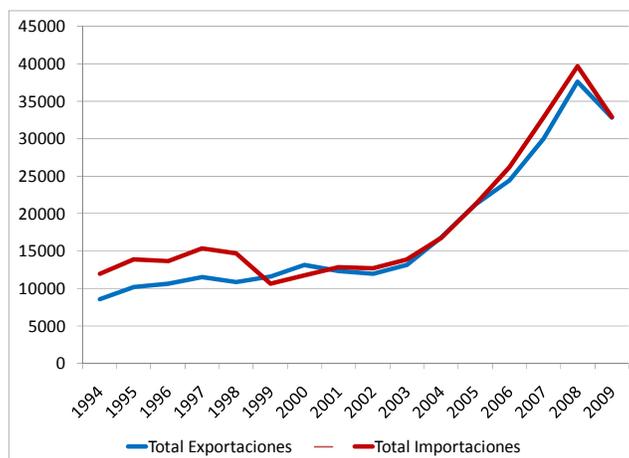
El sector empresarial de Colombia se encuentra agremiado en la Asociación Nacional de Empresarios (ANDI) que trata de mantener grupos de empresas del mismo sector económico para que actúen en común acuerdo hacia el logro de propósitos comunes y el desarrollo general.

El Ministerio de Hacienda y Crédito Público (MHCP) es el que define, formula y ejecuta la política económica del país. El Banco de la República de Colombia (BRC) es un organismo independiente que controla la cantidad de dinero y control cambiario de divisas que circula en la economía para evitar recesiones y desempleo a causa de la inflación, además de controlar el crédito interbancario. Juntos, el MHCP y el BRC regulan el funcionamiento de la economía en el nivel nacional con el apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT). El 31 de mayo, el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) reportó que el desempleo repuntó en un leve 0,01 punto porcentual durante abril de 2010, al compararlo con el mismo período del 2009, de esta forma la tasa de desocupación se ubicó 12,2 por ciento.

Uribe resaltó que el gobierno ha adoptado medidas orientadas a defender la economía nacional frente a la crisis, y recordó que mientras el año pasado la economía latinoamericana decreció 1,7 por ciento, en Colombia se registró un leve crecimiento del 0,4 por ciento.

El Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia para el año de 2009 fue aproximadamente 793 billones de pesos, lo cual equivale aproximadamente a 396 mil millones de dólares. La distribución por actividad económica fue; 13,9% agricultura, 30,3% industria y 55,8% servicios.

Gráfico 1:
Exportaciones e Importaciones de Colombia
US\$ millones de dólares



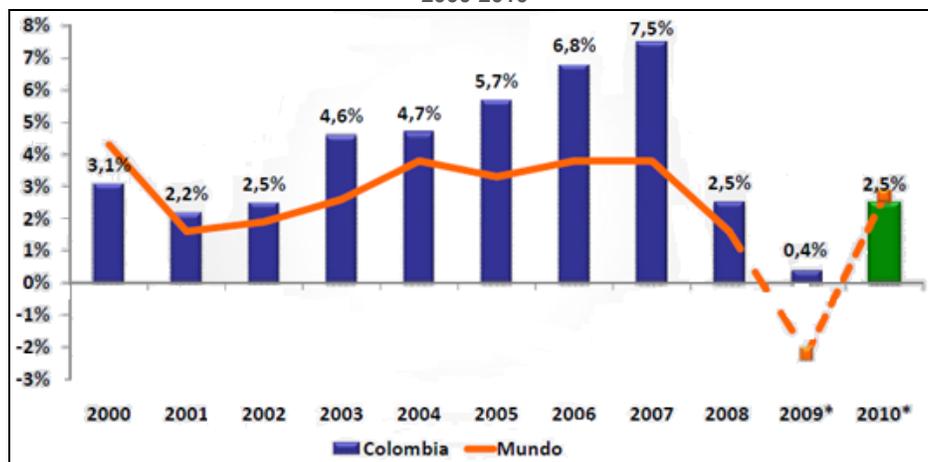
Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)

Las exportaciones e importaciones en Colombia según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística en el 2010 muestran una ligera baja después de varios años de progreso producto de la crisis financiera internacional. A continuación se muestra en una gráfica la tendencia en los últimos años:

1.1.1 Indicadores macroeconómicos

El período 2003-2007 se caracteriza por un alza sostenida del ritmo de crecimiento de la economía, después de la fuerte recesión de finales de los noventa y el estancamiento de los primeros tres años de la década actual.

Gráfico 2:
Tasa de Crecimiento Porcentual del PBI de Colombia y el Mundo
2000-2010



Fuente: DANE (Cuentas Nacionales), EIU (Indicadores de Mercado y Proyecciones)

Nota: *Proyecciones PBI para el Mundo por EIU

Última actualización: 23 de Marzo de 2010

Como puede observarse en el Gráfico 2, a juzgar por la historia económica colombiana desde la década de 1970, el período 2003-2007 no resulta extraño, excepto por el bajo crecimiento o estancamiento que se registró en los siete años inmediatamente anteriores y porque se presentó en un contexto de baja inflación. De hecho, Colombia registra, por lo menos en estos 36 años, dos décadas (1971-1980 y 1986-1995) con crecimientos promedios cercanos o mayores a 5,0% anual. De todas formas, los resultados recientes son, sin duda, de gran importancia.

El aspecto más sobresaliente de este período es la tasa de inversión (relación inversión bruta fija-producto) del país, que pasó de 14,3% en 2002 a 24,7% en 2006, esto debido a la fuerte inversión privada en el sector de construcción. No obstante, la tasa de inversión promedio del cuatrienio es similar a la de los setenta e inferior a la de la primera mitad de los noventa (1991-1995), que fueron también períodos de rápido crecimiento de la economía. Ahora bien, si se supone una Relación Incremental Capital-Producto (ICOR) de 3,7 y una tasa de inversión en los próximos años similar a la del cuatrienio 2003-2006, la tasa de crecimiento del producto potencial puede estar bordeando el 5,0% anual. Esta tasa de inversión es similar a la promedio del país en el período 1970-2006 (aproximadamente 19,0%). Por su parte, si en el próximo cuatrienio la tasa de inversión se sitúa en promedio en el valor más alto alcanzado en la historia colombiana desde la década de 1970 (21,3%), con una ICOR similar, el crecimiento del producto potencial se situaría en niveles cercanos a 6,0% anual. Estas metas en materia de inversión no son difíciles de alcanzar y, aún más, no son extrañas en el país.

Ahora bien, el crecimiento efectivo de la economía depende también de otros factores importantes. Como se sabe, la expansión de la actividad económica colombiana en los últimos años ha estado asociada a un entorno internacional bastante favorable, caracterizado por condiciones de financiamiento adecuadas para las economías emergentes y altos precios de las materias primas, entre otros factores. El proceso de crecimiento de los países tiene algo de suerte, que es necesario saberla aprovechar. Es un bus que no pasa continua sino ocasionalmente y no todas las veces por el mismo sitio. En consecuencia, el país debe

estar preparado para enfrentar, en forma relativamente exitosa, épocas desfavorables de la economía mundial.

Un segundo factor de gran importancia es contar con un marco macroeconómico estable y confiable, así como con un conjunto de políticas que promuevan una asignación eficiente de los recursos. Desafortunadamente, en estos frentes, se perciben algunas vulnerabilidades de cuidado. En primer lugar, la fuerte expansión del consumo de los hogares en los tres últimos años debió haber frenado la recuperación del ahorro privado. De hecho, la participación del consumo privado en el PIB se ha situado, exceptuando 2003 (62,4%), en 63,3% desde 2002.

En segundo lugar, el déficit en cuenta corriente está aumentando rápidamente (0,9% del PIB en 2004 y posiblemente un poco mayor a 2,0% del PIB en 2006), aunque todavía se encuentra en niveles sostenibles. En este resultado, las remesas de los colombianos juegan un papel importante y es probable que se estabilicen en niveles cercanos a los actuales si el desempeño de las economías en donde trabajan continúa como en los últimos años. En tercer lugar, las finanzas públicas continúan débiles, pese a los buenos resultados alcanzados por las finanzas territoriales y algunas entidades públicas. En particular, el déficit del Gobierno Central Nacional es elevado si tenemos en cuenta la fuerte alza de los recaudos debido al buen desempeño de la actividad económica, los buenos precios del petróleo y las reformas tributarias de los últimos años. Las experiencias de la primera mitad de los ochenta y de finales de los noventa son ilustrativas. En ambas, el deterioro de las condiciones de financiamiento internacional y los agudos desequilibrios macroeconómicos previos generaron severos retrocesos económicos: una gran reducción en el crecimiento económico y, en la segunda mitad de los noventa, además, un derrumbe de la tasa de inversión de la economía.

En cuarto lugar, aunque el país reanudó en forma importante la firma de nuevos tratados de libre comercio, en algunos no se han aprovechado ventajas que se derivarían para el país. Y en el caso del TLC con Estados Unidos, su aprobación no está exenta de dificultades y probablemente enfrente retrasos inconvenientes. Y en quinto lugar, las dificultades del manejo monetario y cambiario; tema que será abordado en la siguiente sección.

En síntesis, las políticas monetaria y fiscal deben estar encaminadas a corregir el exceso de demanda agregada que enfrenta la economía. Esta corrección posibilitaría situar la inflación en su senda de largo plazo y contribuiría a frenar la caída de la tasa de cambio real. Un esfuerzo importante en materia de reducción del gasto público sería de gran ayuda en este propósito, amén de sus efectos favorables en el mediano plazo.

Los resultados económicos para el presente año dependerán en forma importante de lo que se haga en el frente interno, toda vez que el entorno internacional continuará siendo favorable. Sin embargo, algunos nubarrones empiezan a aparecer en el horizonte inmediato. De hecho, los mercados de materias primas experimentaron en el primer trimestre del año bruscas fluctuaciones y es probable que esta volatilidad se mantenga a lo largo del año, generando grandes incertidumbres entre los inversionistas. Una probable desaceleración de la economía estadounidense puede debilitar el crecimiento mundial y los vaivenes de los mercados bursátiles han generado cierto temor entre los inversionistas sobre lo que se avecina. En dos de los principales socios comerciales de Colombia (Ecuador y Venezuela), la política comercial externa y, en general la política económica, puede caracterizarse como incierta. En consecuencia, un buen manejo macroeconómico interno permitirá un crecimiento cercano al 5,0% y una inflación en torno al límite superior del rango definido por el banco de la República. Seguramente, las tasas de interés subirán entre 200 y 300 puntos básicos y el precio del dólar no experimentará cambios significativos con respecto a sus recientes niveles.

Cuadro 2:
Previsiones macroeconómicas: trimestrales

	PIB (% a/a)	Inflación	Tasa de Cambio
		(% a/a, prom)	(vs. USD, prom)
T1 09	-0.5	6.1	2477
T2 09	-0.3	3.8	2090
T3 09	-0.2	3.2	1987
T4 09	2.4	2.0	2016
T1 10	2.5	1.8	1909
T2 10	2.4	2.4	1998
T3 10	3.6	2.8	2016
T4 10	3.3	3.4	1973
T1 11	4.1	3.3	1953
T2 11	4.5	3.1	1921
T3 11	4.5	2.8	1859
T4 11	4.4	3.2	1903

Fuente: BBVA Research

Cuadro 3:
Previsiones macroeconómicas: anuales

	2009	2010	2011
PIB (% a/a)	0.4	3.0	4.4
Inflación (% a/a, promedio)	3.8	2.6	3.1
Tasa de crecimiento (vs. USD, promedio)	2142	1974	1909
Tasa REPO (% promedio)	4,75	3.25	4.75
Consumo privado (% a/a)	0.0	3.7	4.1
Consumo público (% a/a)	2.7	1.7	1.1
Inversión (% a/a)	-5.0	6.7	8.1
Déficit Fiscal (% PIB)	-4.2	-4.3	-3.6
Cuenta Corriente (% PIB)	-2.3	-2.5	-2.3

Fuente: BBVA Research

Por último es importante resaltar que la caída registrada a partir del año 2008 es debido a la crisis financiera mundial que afectó a muchos países, siendo Colombia uno de los países junto con Perú quienes han podido recuperarse rápidamente y con grandes perspectivas a futuro.

1.1.2 Análisis del Sector Servicios

La economía de los servicios es objeto, actualmente, de grandes interrogantes relativos a la caracterización y funcionamiento de sus mercados, a su composición o estructura sectorial, a su productividad factorial y a su interdependencia con el resto de la economía.

La definición de servicio, como el “cambio en la condición de una persona o de un bien perteneciente a una unidad económica, que es llevado a cabo como resultado de la actividad de otra unidad económica,

con el consentimiento anterior de la persona o unidad económica⁵, explica la caracterización como un sector compuesto por actividades dependientes de otras, sin vida propia o artificial; sin embargo, y de manera paradójica, las estadísticas internacionales comienzan a resaltar su importancia creciente, lo que obligó al FMI a modificar su manual para elaboración de las balanzas de pagos nacionales.

En Colombia los servicios constituyen el 74% del empleo, el 16% de la exportaciones y hay una participación del 64.4% de los servicios en el PIB nacional.

En materia de servicios hay mercados grandes como México, Estados Unidos, Brasil y Canadá, con los cuales Colombia compete, pero además hay mercados pequeños que son muy atractivos para el país:

El Caribe: Servicios de Ingeniería

República Dominicana: Construcción de vías

Panamá: En la construcción de vías férreas

En síntesis el mercado centroamericano es muy importante para Colombia por el gran potencial que este representa.

Este es un sector que tiene mucho por ser explotado aún generando una buena posibilidad para las exportaciones colombianas.

En Colombia la medición de la producción y el comercio de servicios se está desarrollando por dos vías, mediante las cifras de la Balanza de Pagos elaboradas por el Banco de la República y por la Encuesta Anual de Servicios y la Muestra Trimestral de Servicios que desde el año 2007 viene desarrollando el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas - DANE.

La Encuesta Anual investiga la estructura del sector: La Muestra Trimestral surgió para atender la necesidad de disponer de indicadores coyunturales de la producción y el empleo del sector, que permitan su análisis y seguimiento continuo. Estas dos encuestas son el resultado de un esfuerzo interinstitucional de este Ministerio, el DANE, el DNP y el Banco de la República, que mediante el Comité de Estadísticas de Servicios, están trabajando para mejorar la calidad de las estadísticas del sector servicios y el análisis de las exportaciones de los mismos.

De acuerdo con las cifras de la Balanza de pagos, el comercio de servicios durante los tres primeros trimestres del año 2009 presentó una balanza deficitaria de US\$1.758 millones como resultado de tener exportaciones por valor de US\$3.078 millones e importaciones por US\$4.836 millones.

El comercio de servicios de "Viajes" representó el 47,9% de las exportaciones y por parte de las importaciones se destacaron los servicios de "Transporte" que participaron con el 33,5% del total importado. La balanza comercial colombiana en 2009 registró un superávit de 2.560 millones de dólares, superior a los 976 millones que totalizó en 2008, aunque tanto las importaciones como las exportaciones cayeron según se muestra para estos años.

En 2009, las importaciones de Colombia fueron de 31.466 millones de dólares, frente a los 37.856 millones de dólares de 2008.

En tanto, las exportaciones en 2009 fueron de 34.026 millones de dólares, frente a los 38.832 millones de dólares del año anterior.

⁵ Mattos, Op. cit. p. 10. La definición habría sido dada por T. P. Hill en "On goods and services". Review of Income and Wealth", Volumen 23, 1977.

Cuadro 4:
Colombia: Balanza de Pagos
(USD Millones)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010p	2011p	2012p	2013p	2014p
1.Exportaciones bienes	17.25	21.19	25.181	30.579	38.832	34.026	36.267	38.062	40.362	43.99	47.637
-Café	949	1.471	1.461	1.714	1.883	1.543	1.816	1.765	1.795	1.773	1.843
-Hidrocarburos	4.222	5.559	6.328	7.318	12.204	10.268	11.78	12.462	12.774	14.135	15.657
-Carbón	1.854	2.599	2.913	3.495	5.043	5.416	5.624	5.595	5.672	5.935	6.135
-Oro	561	580	801	880	891	1.555	1.45	1.52	1.79	1.82	1.87
-Ferroníquel	628	737	1.107	1.68	864	726	790	876	903	981	1.045
-No tradicionales	9.032	10.244	12.571	15.491	17.947	14.517	14.807	15.844	17.428	19.345	21.086
2.Importaciones bienes	15.88	19.8	24.859	31.172	37.856	31.466	33.039	36.674	41.074	45.182	49.248
3.Balanza comercial (1-2)	1.368	1.392	322	-593	976	2.560	3.228	1.388	-712	-1.192	-1.612
4.Servicios e ingresos (neto) (Intereses deuda externa)	-5.974 2.495	-7.666 2.927	-8.122 2.82	-10.49 3.179	-13.37 3.277	-12.33 3.096	-12.81 4.049	-13.67 4.494	-14.43 4.733	-15.72 4.891	-16.07 5.132
5.Transferencias (neto)	3.656	4.089	4.743	5.236	5.512	4.619	4.804	5.092	5.499	6.049	6.594
6. Cuenta corriente (3+4+5)	-950	-2.185	-3.057	-5.85	-6.883	-5.146	-4.778	-7.19	-9.643	-10.86	-11.09
7. Cuenta de capital	3.324	3.133	3.341	11.184	9.892	6.813	6.548	8.616	10.976	11.971	11.762
-Inversión extranjera directa (neto)	2.987	5.439	5.365	8.658	8.329	4.176	5.93	6.45	7.738	8.504	7.992
-Crédito público NF a LP	804	-1.212	1.861	1.612	1.051	7.167	2.16	2.3	2.008	1.764	2.315
--Desembolsos	2.904	4.323	5.903	4.487	3.425	8.969	4.97	5.62	5.53	5.474	6.185
--Amortizaciones	2.1	5.535	4.042	2.875	2.374	1.802	2.81	3.32	3.522	3.71	3.87
-Crédito sector público CP	147	8	-145	604	-143	-256	39	112	140	86	52
-Crédito sector privado LP	-1.243	-81	430	1.465	543	900	1.081	1.338	1.485	1.574	1.332
-Crédito sector privado CP	1.425	704	-562	32	466	-1.178	120	290	480	363	209
-Otros movimientos capital	-796	-1.725	-3.608	-1.187	-354	-3.996	-2.782	-1.874	-875	-320	-138
8. Errores y omisiones (neto)	245	464	204	180	21	-291					
9. Cambio reservas (6+7+8)	2.619	1.412	488	5.514	3.03	1.376	1.77	1.426	1.333	1.107	671
Reservas netas (fin de año)	13.535	14.947	15.435	20.949	23.98	25.356	27.125	28.551	29.884	30.991	31.662

Fuente: Banco de Reserva de Colombia y LaNota.com

El crecimiento del superávit fue explicado por la importante caída en las importaciones que realiza Colombia (17%), debido a la crisis financiera, que superaron ampliamente la disminución de las exportaciones (12%).

En la Encuesta Anual de Servicios el DANE realiza un muestreo entre empresas de servicios para un grupo de actividades económicas, analizando las variables de producción bruta, empleo, valor agregado, remuneraciones y productividad. La encuesta revela que para el año 2009, la producción bruta real de las actividades de servicios creció por encima de 3% respecto al año 2008. La mayor producción bruta se registró en los servicios de almacenamiento, comunicaciones y auxiliares de transporte por un valor de \$21.526,4 miles de millones de pesos.

La mayor cantidad de empleos se generaron en las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, con 707.061 personas, seguido de las actividades relacionadas con la salud humana con 93.940 empleos.

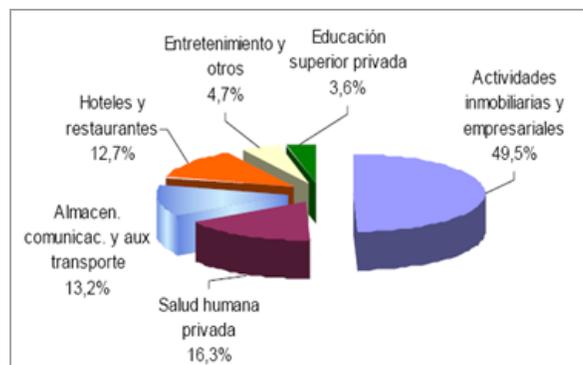
La Muestra Trimestral de Servicios investiga las empresas de servicios que ocupan 50 o más personas o cuyos niveles de ingresos anuales son mayores o iguales a \$5000 millones y que desarrollan alguna de las siguientes actividades: hoteles y restaurantes; almacenamiento, comunicaciones y actividades complementarias y auxiliares de transporte; actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler; actividades relacionadas con la salud humana; servicios de educación superior; actividades de entretenimiento y otras actividades de servicios.

Cuadro 5:
Número de empresas según actividad de servicios

Total Nacional		2009	
Código CIU Rev 3 AC	Servicio	Número	%
División 55	Hoteles y Restaurantes	521	12.7
División 63 y 64	Almacenamiento, comunicaciones y actividades auxiliares de transporte	542	13.2
Divisiones 70 a 74	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler.	2037	49.5
Actividad 8050	Educación superior privada	148	3.6
Actividad 851	Actividades relacionadas con la salud humana privada.	669	16.3
Actividades 921, 922 y 930	Cinematografía, radio y televisión y otras.	194	4.7
TOTAL		4111	100.0

Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios

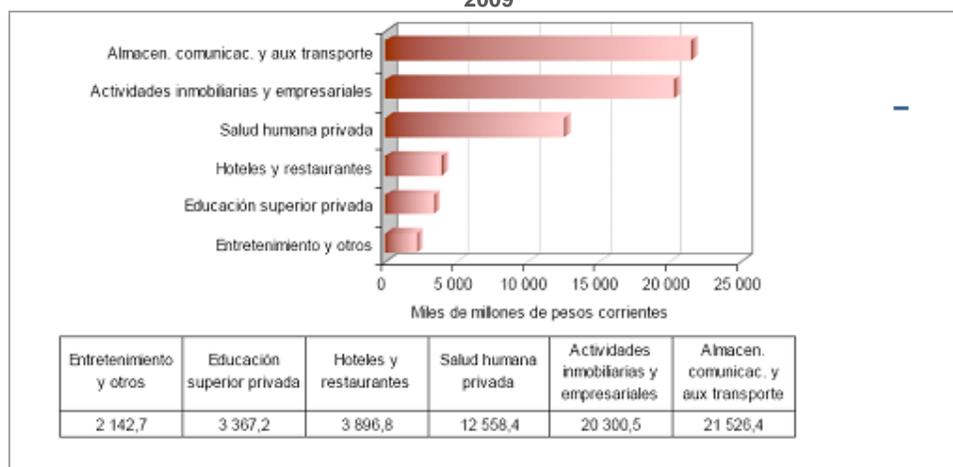
Gráfico 3:
Distribución del número de empresas investigadas según actividad de servicios 2009



Fuente: DANE – Encuesta Anual de Servicios

De acuerdo con los resultados de la muestra trimestral de servicios en el año 2009, los ingresos operacionales reales de los servicios investigados crecieron 4,8% con relación a 2008; el empleo aumentó 5,9%.

Gráfico 4:
Producción bruta según actividad de servicios
Total nacional
2009



Fuente: DANE – Encuesta Anual de Servicios

En 2009, el mayor valor de producción bruta de las empresas investigadas se presentó en los servicios de almacenamiento, comunicaciones y auxiliares de transporte (\$21 526,4 miles de millones) y en las empresas de actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (\$20 300,5 miles de millones).

Para el caso colombiano, el desempeño del sector servicios durante la segunda mitad de la década de los noventa, con algunas diferencias de intensidad, estuvo caracterizado por los bajos índices de rentabilidad, con alguna recuperación para la década actual, como fruto de la desaceleración y crisis de la economía colombiana, evidenciada en la reducción de las variables de actividad y valor agregado subsectorial. El fenómeno coyuntural de finales de los noventa tiene sus raíces en los cambios estructurales de toda la década, que han acelerado el proceso de tercerización de la economía, con la expansión de actividades de comunicación, servicios empresariales y de esparcimiento o personales, además de los nuevos factores de inestabilidad asociados con la inserción en la economía mundial.

1.1.3 Distribución del gasto

El crecimiento del consumo privado por habitante no alcanza cuotas demasiado altas con relación a los países de su entorno, de cualquier forma, Colombia, con sus más de 38 millones de habitantes y una renta per cápita de 2.500 dólares en franco crecimiento, es un mercado que se puede considerar de los más importantes del mundo iberoamericano. Aunque el país está considerado como un país con medianos ingresos, dispone de unas expectativas de crecimiento del producto nacional para los próximos años estimados en un 4% anual, dato que dice mucho de las posibilidades de este mercado.

Grandes cambios en las características socio-demográficas (educación y mayor participación de la mujer en la fuerza laboral) han modificado los hábitos de consumo de los colombianos. Los consumidores colombianos realizan sus compras en función de sus preferencias y/o necesidades, los cuales han cambiado en los últimos años. El consumo de artículos perecibles, los cuales incluyen a los alimentos y vestimenta, no ha aumentado en los últimos años. Esto contrasta con el consumo de servicios, el cual permanece estable.

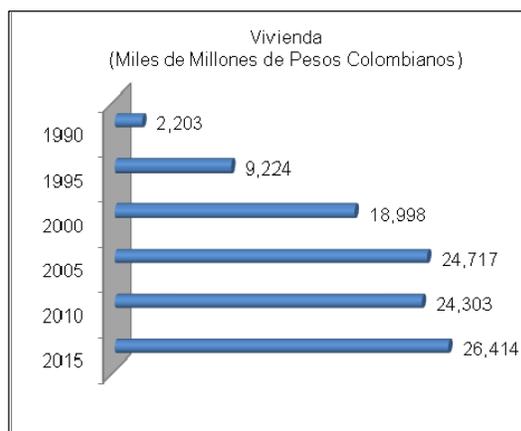
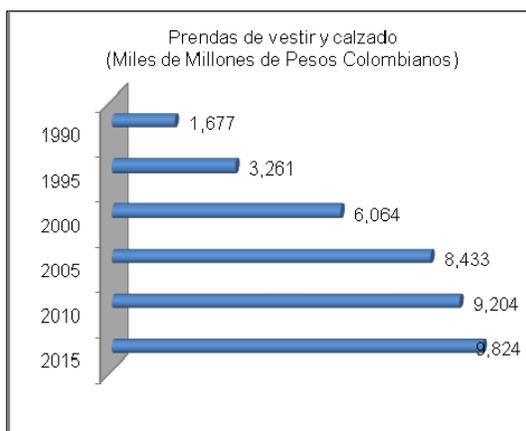
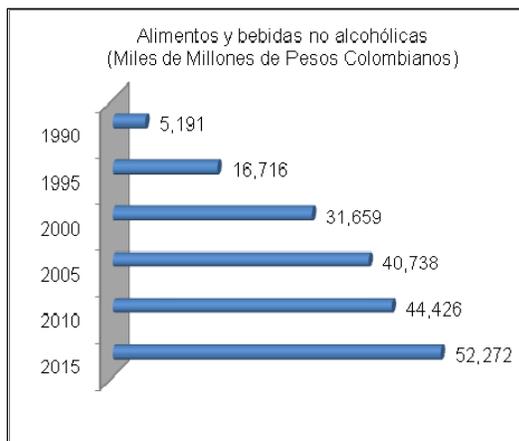
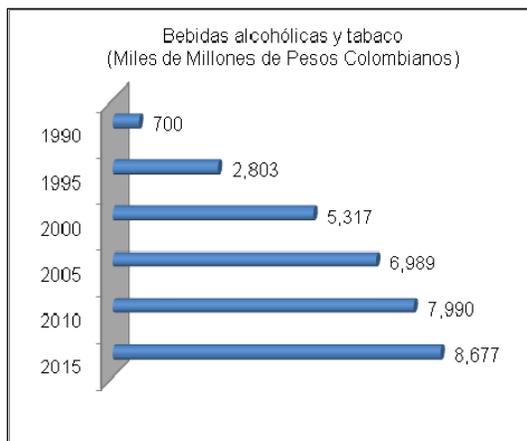
Además, el consumo de bienes de consumo duradero y semi-duradero ha aumentado en el último año. La demanda del consumidor para estos artículos ha presentado este comportamiento debido a que los

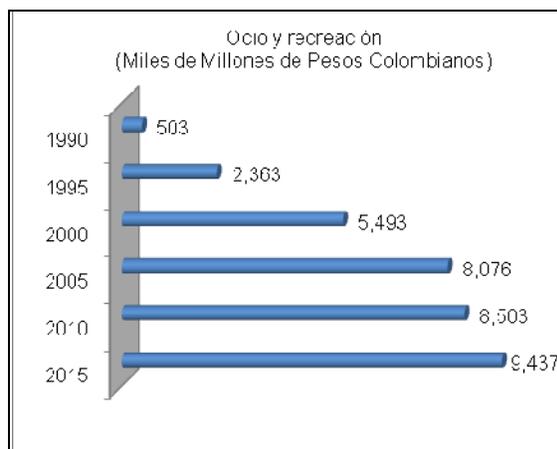
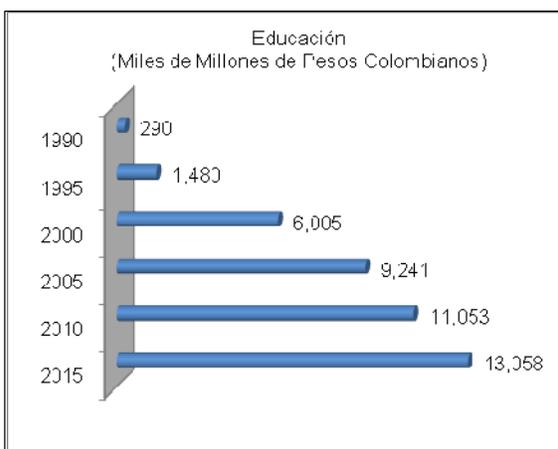
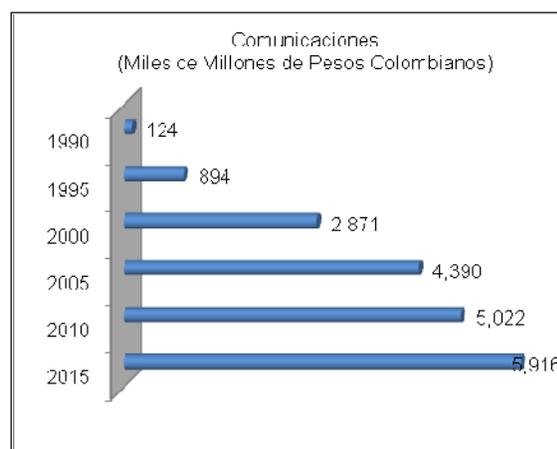
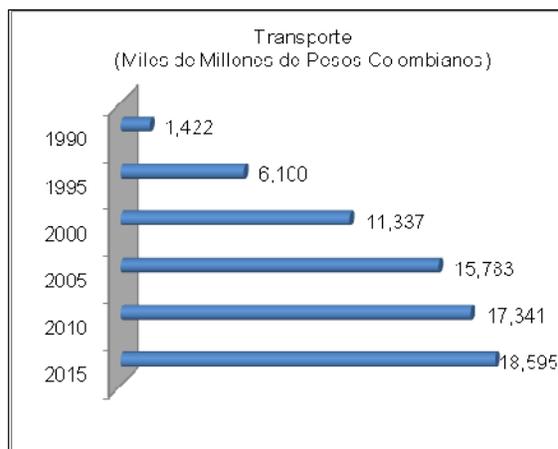
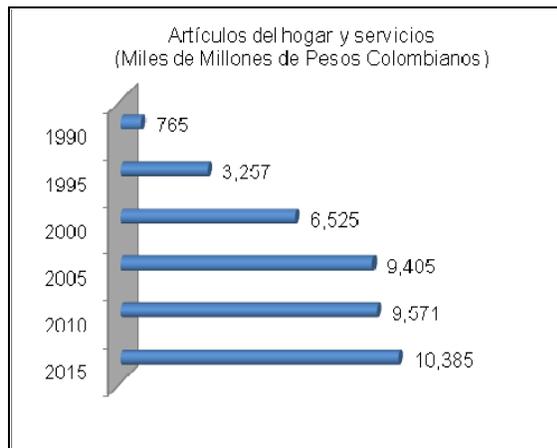
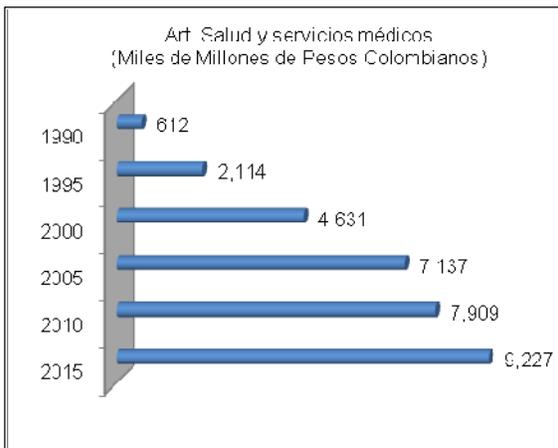
colombianos son conscientes de las nuevas tecnologías y los servicios así como de los beneficios que ofrecen aquellos nuevos tipos de productos.

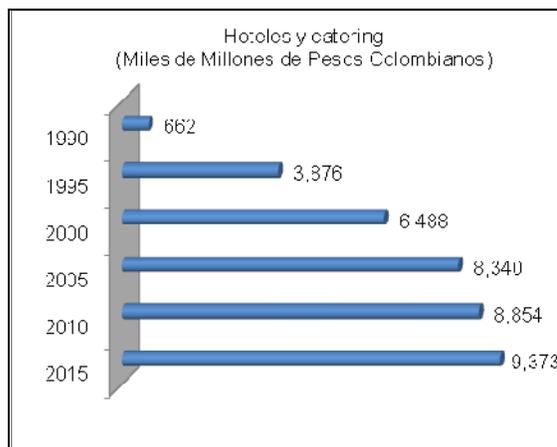
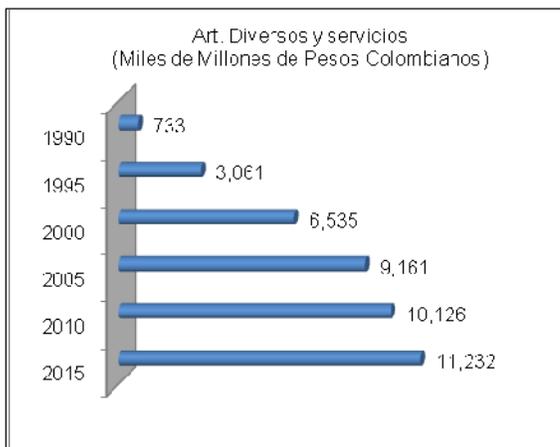
Cuadro 6:
Gasto del Consumidor de Colombia: 1990 - 2015
(Cifras de Miles de Millones de Pesos Colombianos)

	1990	1995	2000	2005	2010	2015
Alimentos y bebidas no alcohólicas	5,191	16,716	31,659	40,738	44,426	52,272
Bebidas alcohólicas y tabaco	700	2,803	5,317	6,989	7,990	8,677
Prendas de vestir y calzado	1,677	3,261	6,064	8,433	9,204	9,824
Vivienda	2,203	9,224	18,998	24,717	24,303	26,414
Artículos del hogar y servicios	765	3,257	6,525	9,405	9,571	10,385
Art. Salud y servicios médicos	612	2,114	4,631	7,137	7,909	9,227
Transporte	1,422	6,100	11,337	15,783	17,341	18,595
Comunicaciones	124	894	2,871	4,390	5,022	5,916
Ocio y recreación	503	2,363	5,493	8,076	8,503	9,437
Educación	290	1,480	6,005	9,241	11,053	13,058
Hoteles y catering	662	3,876	6,488	8,340	8,854	9,373
Art. Diversos y servicios	733	3,061	6,535	9,161	10,126	11,232
TOTAL	14,882	55,149	111,923	152,410	164,302	184,410

Fuente: Euromonitor







Fuente: Euromonitor

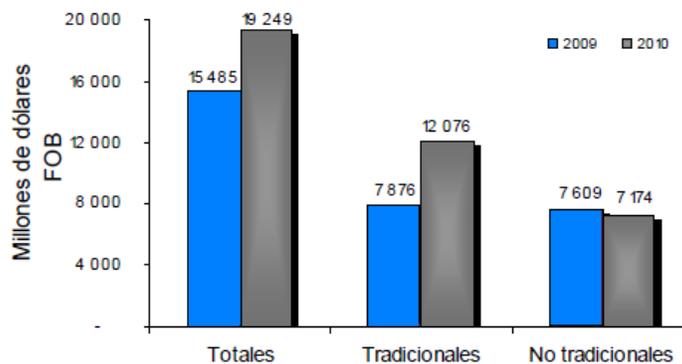
1.1.4 Balanza comercial bilateral Perú Colombia

1.1.4.1 Comercio Exterior de Colombia

1.1.4.1.1 Exportaciones Colombia

Durante el primer semestre del 2010, se registraron exportaciones por US\$19 249,4 millones, monto superior en 24.3% al observado en el mismo período del 2009 (US\$ 15 485,3 millones FOB).

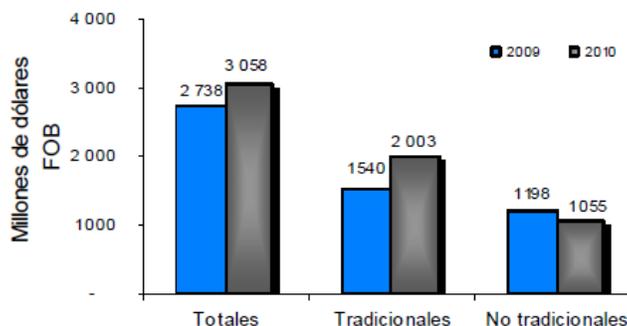
Gráfico 5:
Valor FOB de la exportaciones, Enero – Junio (2009 – 2010)



Fuente: DANE – DIAN – Cálculos DANE

Las exportaciones acumuladas para los últimos doce meses hasta junio, aumentaron 7,5%; en junio del 2010, las exportaciones totales crecieron 11,7% con relación a igual mes 2009. Esto como resultado de las mayores ventas externas de productos tradicionales (30,0%), que pasaron de US\$ 1540,4 millones en junio del 2009 a US\$ 2003,2 millones en el mismo mes de 2010; el producto que más contribuyó a dicho aumento fue petróleo y sus derivados.

Gráfico 6:
Valor FOB de las Exportaciones, Junio 2009 – 2010



Fuente: DANE – DIAN – Cálculos: DANE

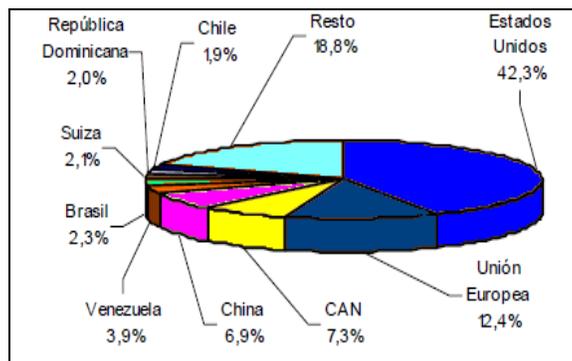
En junio del 2010 se declararon ventas al exterior por US\$ 3 058,0 millones FOB, de los cuales US\$ 2 003,0 millones corresponden al mes de Junio, US\$ 378,7 millones en mayo, US\$ 47,2 millones en abril, US\$ 43,9 millones en marzo y US\$ 30,3 millones en meses anteriores.

Las exportaciones de productos tradicionales en el mes representaron 65,5% del valor FOB total; los productos no tradicionales representaron el 34,5% restante.

Exportaciones totales según País de destino (Enero – Junio 2010).-

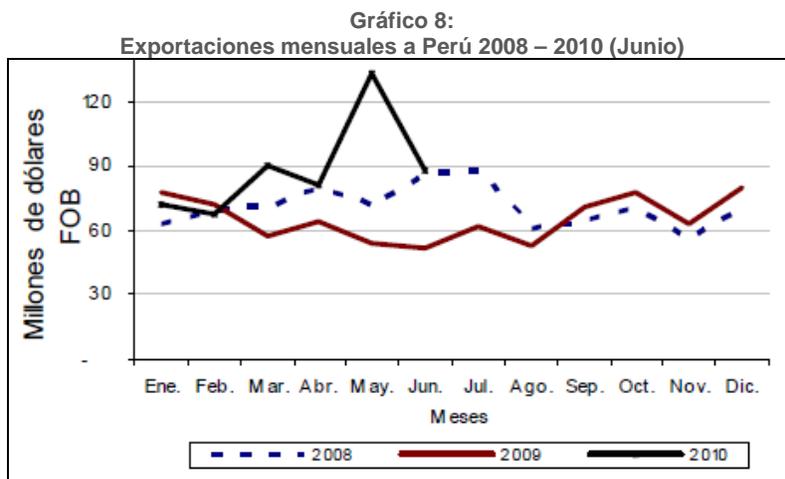
Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones colombianas, y participó con 42,3% del valor total exportado en los seis primeros meses de 2010; le siguen en su orden, los países de la Unión Europea (12,4%) y los países de la Comunidad Andina (7,3%).

Gráfico 7:
Distribución porcentual del valor FOB de las exportaciones, según País de destino (Enero – Junio 2010)



Fuente: DANE – DIAN – Cálculos: DANE

Exportaciones mensuales según País.-



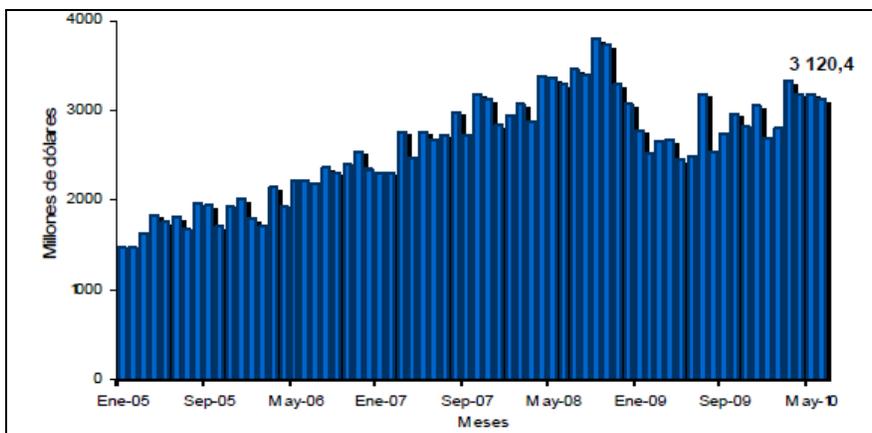
Fuente: DANE – DIAN – Cálculos: DANE

Las exportaciones a Perú presentaron un aumento de 40,9% y aportaron 15,2 puntos porcentuales. Hacia Perú, el principal aumento se presentó en las ventas de combustibles y aceites minerales (107,9%) y materias plásticas (57,9%).

1.1.4.1.2 Importaciones Colombia

Durante los seis primeros meses de 2010, las importaciones presentaron un aumento de 17,5%, al pasar de US\$15 574,0 millones CIF durante el primer semestre de 2009 a US\$18 296,9 millones CIF en igual período de 2010.

**Gráfico 9:
Valor CIF de las Importaciones (Enero 2005 – Junio 2010)**



Fuente: DIAN - Cálculos DANE

Este resultado está explicado por las mayores compras de combustibles y aceites minerales y sus productos al pasar de US\$501,2 millones en los seis primeros meses de 2009 a US\$1159,3 millones en el mismo período de 2010.

En junio de 2010, las importaciones alcanzaron un valor de US\$ 3120,4 millones. Las importaciones en junio de 2009 presentaron una variación negativa de 24,6%, mientras en el mismo mes de 2010, las compras externas crecieron 25,5%.

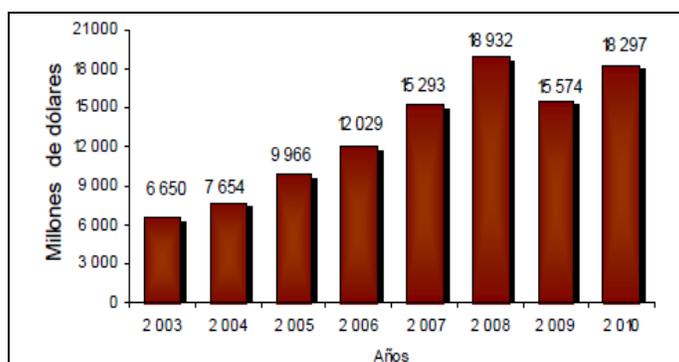
Cuadro 7:
Variación porcentual del valor CIF de las Importaciones

Período	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Junio	25.5	-24.6	23.5	20.0	22.7	33.2
Enero - Junio	17.5	-17.7	23.8	27.1	20.7	30.2
Últimos 12 meses a Junio	-1.9	-0.6	24.2	26.5	22.0	28.1

Fuente: DIAN, Cálculos DANE

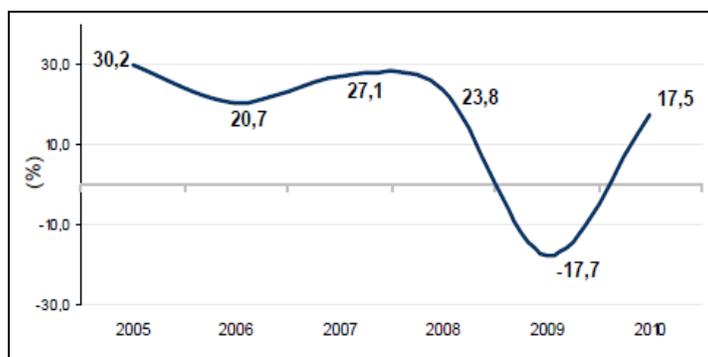
De acuerdo con las declaraciones de importación registradas por la DIAN, durante los seis primeros meses de 2010 las compras externas de Colombia crecieron 17,5% comparadas con las realizadas en el mismo período de 2009, al pasar de US\$15 574,0 millones CIF a US\$18 296,9 millones CIF.

Gráfico 10:
Valor CIF de las Importaciones Enero – Junio (2003 – 2010)



Fuente: DIAN, Cálculos DANE

Gráfico 11:
Variación año corrido del valor CIF de las Importaciones, ENERO – Junio 2005 – 2010



Fuente: DIAN, Cálculos DANE

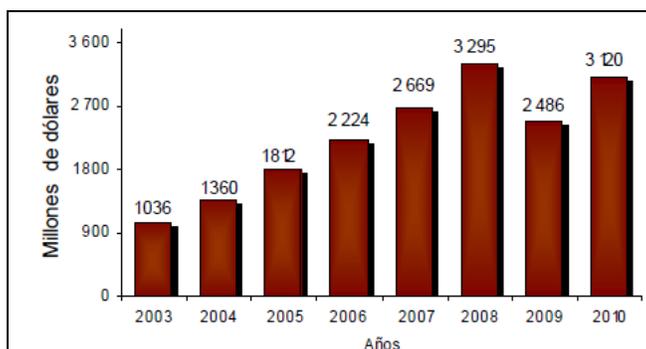
Cuadro 8:
Distribución porcentual de las principales importaciones, según país de origen
Total Nacional, Enero – Junio (2010 – 2009)

País	Millones de dólares CIF	Part (%)	País	Millones de Dólares CIF	Part (%)
2010			2009		
Estados Unidos	5003	27.3	Estados Unidos	3861	25.9
China	2203	12	China	1682	11.3
México	1683	9.2	México	1122	7.5
Brasil	1157	6.3	Brasil	1007	6.8
Alemania	735	4.0	Alemania	651	4.4
Argentina	703	3.8	Argentina	547	3.7
Francia	550	3.0	Francia	434	2.9
Japón	503	2.7	Japón	432	2.9
Corea	435	2.4	Corea	355	2.4
Canadá	379	2.3	Canadá	325	2.2
Ecuador	371	2.0	Ecuador	308	2.1
Perú	357	1.9	Perú	298	2.0
Demás Países	4219	22.8	Demás Países	3890	26.1

Fuente: DIAN, Cálculos DANE

En junio de 2010, las importaciones presentaron un aumento de 25,5% al pasar de US\$2 486,0 millones a US\$ 3 120,4 millones. Este resultado está explicado principalmente por las mayores compras externas de calderas, máquinas y partes, que presentaron un crecimiento de 25,3%. Le siguen en orden de importancia las compras de aparatos y material eléctrico de grabación o imagen que registraron un aumento de 36,4%.

Gráfico 12:
Valor CIF de las Importaciones – Junio (2003 – 2010)

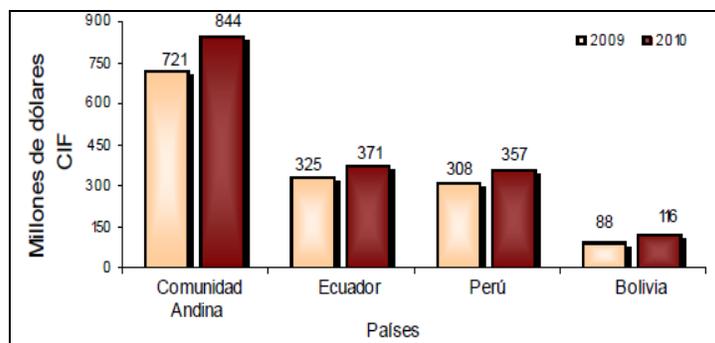


Fuente: DIAN, Cálculos DANE

Importaciones originarias de los países de la comunidad Andina.-

Las compras colombianas realizadas a los países de la Comunidad Andina - CAN (Ecuador, Perú y Bolivia) aumentaron 17,0%, al pasar de US\$720,7 millones CIF en los seis primeros meses de 2009 a US\$843,5 millones CIF en el mismo período de 2010. Las compras externas originarias de Ecuador crecieron 14,0%, las de Perú 15,9% y las de Bolivia 32,2%.

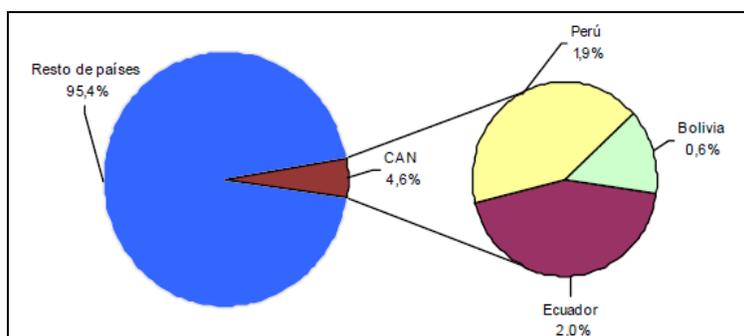
Gráfico 13:
Importaciones originarias de la Comunidad Andina (Total Nacional Enero – Junio 2009 – 2010)



Fuente: DIAN, Cálculos, DANE

Las importaciones originarias de la Comunidad Andina participaron con 4,6% del total de las compras externas realizadas por Colombia en el período de análisis.

Gráfico 14:
Distribución porcentual del valor CIF de las Importaciones de la Comunidad Andina de Naciones Total Nacional (Enero – Junio 2010)



Fuente: DIAN, Cálculos, DANE

1.1.4.2. Relaciones Peruano-Colombianas

Durante el período Enero – Junio 2010, se registró un superávit de US\$ 1981,0 millones FOB en la balanza comercial colombiana.

Como podemos observar la Balanza comercial bilateral entre Perú y Colombia ha tenido una variación significativa, el superávit paso de ser 86,1 millones en el año 2009 a 189,6 millones en el 2010.

Cuadro 9:
Balanza Comercial, Según Países
Total Nacional, Enero – Junio 2009 – 2010

País	Balanza Comercial	
	Millones de dólares FOB	
	2009	2010
Estados Unidos	1128.8	3371.3
Países Bajos	649.5	675.5
Venezuela	2410.0	624.6
Ecuador	283.0	461.9
Perú	86.1	189.6
Alemania	-451.9	-586.0
Brasil	-842.5	-650.3
China	-1270.0	-709.1
México	-704.2	-1296.3
Resto de Países	-542.3	-100.2
TOTAL	746.5	1981.0

Fuente: DANE – DIAN, Cálculos DANE

Cuadro 10:
Balanza Comercial por Países
Enero – Junio (2009 – 2010)

País	Exportaciones FOB		Importaciones FOB		Balanza Comercial	
	(miles de US\$)		(miles de US\$)		(miles de US\$)	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009
ALADI	3,371,013	4,576,541	4,597,151	3,790,183	-1,226,137	786,358
Comunidad Andina	1,402,220	1,019,312	810,652	690,447	591,568	328,865
Bolivia	45,528	41,204	105,501	81,440	-59,973	-40,236
Ecuador	823,295	599,665	361,374	316,689	461,921	282,975
Perú	533,397	378,444	343,777	292,317	189,619	86,126
Resto Aladi	1,968,794	3,557,229	3,786,498	3,099,736	-1,817,705	457,493
Argentina	47,718	43,611	610,580	493,485	-562,862	-449,874
Brasil	450,979	224,653	1,101,269	1,067,184	-650,289	-842,531
Chile	374,653	320,053	296,599	267,725	78,055	52,327
Cuba	13,277	19,192	2,030	3,617	11,246	15,575
México	312,241	256,316	1,608,588	960,503	-1,296,348	-704,187
Paraguay	4,768	2,928	9,361	10,174	-4,592	-7,246
Uruguay	5,398	4,743	22,865	21,356	-17,467	-16,612
Venezuela	759,760	2,685,733	135,208	275,692	624,552	2,410,041
Estados Unidos	8,137,849	5,438,863	4,766,564	4,310,059	3,371,285	1,128,805
Puerto Rico	115,148	117,584	24,883	20,155	90,265	97,429
Canadá	262,619	210,958	343,415	275,169	-80,796	-64,212
Unión Europea^a	2,391,700	2,419,088	0	2,423,543	2,129,184	-31,843
Alemania	122,376	171,895	708,346	623,746	-585,969	-451,851
Austria	600	909	50,871	48,927	-50,271	-48,017

Bélgica	184,014	190,308	68,050	70,052	115,964	120,256
Bulgaria	193	1,228	3,750	2,148	-3,557	-920
Chipre	293	66,772	39	27	254	66,746
Dinamarca	48,614	60,854	33,447	26,774	15,166	34,080
Eslovaquia	707	637	5,616	14,971	-4,909	-14,334
Eslovenia	786	9,462	3,243	2,680	-2,458	6,782
España	266,345	209,201	196,961	217,528	69,384	-8,327
Estonia	508	2,095	745	2,042	-237	53
Finlandia	51,740	9,835	69,694	58,937	-17,953	-49,102
Francia	188,801	106,203	538,956	424,354	-350,155	-318,151
Grecia	9,083	3,202	771	3,002	8,312	200
Hungría	571	652	8,806	6,310	-8,235	-5,658
Irlanda	44,083	63,113	43,581	34,251	502	28,862
Italia	281,856	207,951	250,642	266,880	31,213	-58,928
Letonia	238	680	5,262	478	-5,024	202
Lituania	112	358	26,102	4,185	-25,989	-3,826
Luxemburgo	18	30	3,301	1,027	-3,282	-997
Malta	3	26	476	492	-472	-466
Países Bajos	797,852	759,232	122,369	109,759	675,483	649,474
Polonia	13,684	22,382	7,853	9,097	5,831	13,284
Portugal	70,333	116,909	7,890	4,556	62,444	112,353
Reino Unido	271,751	379,892	193,637	118,873	78,113	261,019
Rumania	15,929	9,840	2,787	14,417	13,142	-4,577
República Checa	909	851	8,504	7,580	-7,595	-6,729
Suecia	20,301	24,570	61,845	56,094	-41,545	-31,524
Japón	250,557	175,540	471,853	408,311	-221,297	-232,771
China	1,331,861	309,181	2,040,947	1,579,186	-709,086	-1,270,005
Resto de países	3,388,660	2,237,566	2,600,039	2,226,530	788,621	11,036
Total	19,249,407	15,485,321	17,268,395	14,738,776	1,981,012	746,544

Fuente: DANE- DIAN

Durante el primer semestre del 2009 las ventas colombianas al mundo fueron US\$ 15.485,321 millones, de los cuales se exportaron US\$ 378,444 millones al Perú, mientras que en el primer semestre del año 2010 las ventas colombianas fueron US\$ 19,249,407 millones de los cuales al Perú se exportaron US\$ 533,397 millones.

En el caso de las importaciones en el año 2009 el total fue US\$ 14, 738,776 millones de los cuales al Perú se importaron US\$ 292,317 millones, y en el mismo semestre del 2010 el total de importaciones fue US\$ 17, 268,395, de los cuales US\$ 343,777 millones fueron importados por el Perú.

Los principales productos exportados por Colombia al Perú, en el 2009, fueron:

- Hullas térmicas por US\$ 37,2 millones (participación 6,6%)
- Polipropileno por US\$ 23,6 millones (participación de 4,2%)
- Los demás azúcares, de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, por US\$ 22,1 millones (participación de 3,9%).

La inversión colombiana está muy cercana a los 4,000 millones de dólares en Perú. Las inversiones colombianas en Perú están concentradas en el sector agroindustrial, como en las azucareras en el norte del país, así como de bienes raíces.

Durante los primeros nueve meses del año, el macrosector de manufacturas concentró 72,3% de las exportaciones no tradicionales al Perú, seguido por Agroindustria con 15,6%,

Servicios con 6,3% y Prendas de Vestir con el 5,8% restante.

Los principales productos no tradicionales exportados en los primeros nueve meses de 2009 fueron:

- Polipropileno con US\$ 23,6 millones (participación 4,7%)
- Los demás azúcares de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura con US\$ 22,1 millones (participación 4,4%)
- Los demás medicamentos para uso humano con US\$ 13,3 millones (participación 2,7%).

Importaciones Colombianas provenientes del Perú

En el período enero-septiembre de 2009, el Perú, con US\$ 442,1 millones (1,9% de participación) ocupó la posición número 12 dentro de los proveedores de importaciones para Colombia, que en total alcanzaron US\$ 22.799,4 millones en dicho período.

Principales productos importados desde el Perú, entre enero y septiembre de 2009:

- Alambre de cobre refinado por US\$ 85,7 millones (participación de 19,4%)
- Los demás cafés sin tostar, sin descafeinar por US\$ 31,9 millones (participación de 7,2%)
- Los demás arroces semiblanqueados o blanqueados por US\$ 24,5 millones (participación de 5,5%)

1.2 Factores socio – demográficos

1.2.1 Estadísticas poblacionales

Según estudio efectuado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia sobre la demografía de Colombia es estudiada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE). El país tiene una población de 45 millones de habitantes (proyectado 2009), lo que lo constituye en el cuarto país más poblado en América después de los Estados Unidos, Brasil y México. Se estima que para 2015 la población colombiana será mayor a 53 millones de habitantes. La República de Colombia contaba el año 2005 con 42'888.592 habitantes, de los cuales 31'886.602 (74,3%) habitan en las cabeceras municipales o distritales y 11'001.990 (25,7%) en el sector rural.

Actualmente, la composición de la población está dada en 51,4 % mujeres y 48,6 % hombres. La mayor parte de la población se concentra en la zona centro-occidente del país cercana a las costas atlánticas y pacíficas (región andina), mientras que la zona sur-oriental del país presenta grandes vacíos demográficos. Los diez departamentos de tierras bajas del Oriente (aproximadamente 54% del área total) tienen menos de 3% de la población y una densidad de menos de una persona por kilómetro cuadrado.

En cuanto a la migración, el DANE estima que alrededor de 3.331.107 colombianos viven en el exterior, principalmente en los Estados Unidos, España y Venezuela. Los más propensos a emigrar son los originarios del interior del país y de algunos centros urbanos, destacándose un contingente importante de intelectuales y talentosos que hacen parte del fenómeno llamado "fuga de cerebros". Las principales causas de esta situación son las dificultades económicas y los problemas de orden público, que han generado que Colombia sea uno de los países latinoamericanos con mayor flujo de emigrantes, así

como el segundo de mayor desplazamiento forzado interno a nivel mundial con 3 millones, según un reporte de ACNUR.

Cuadro 11:
Población y Densidad del país de Colombia en el 2009

País	Superficie o área (km ²)	Población a mediados de 2009 (CIA)	Densidad (Hab./km ² , CIA)	Población a mediados de 2010 (IDB)	Densidad (Hab./km ² , IDB)	Población a mediados de 2010 (ONU)	Densidad (Hab./km ² , ONU)
 Colombia	1.141.568	45.644.000	40	44.205.000	39	46.300.000	41

Fuente: CIA (Agencia Central de Inteligencia)
IDB (Base de Datos Internacional)
ONU (Organización de las Naciones Unidas)

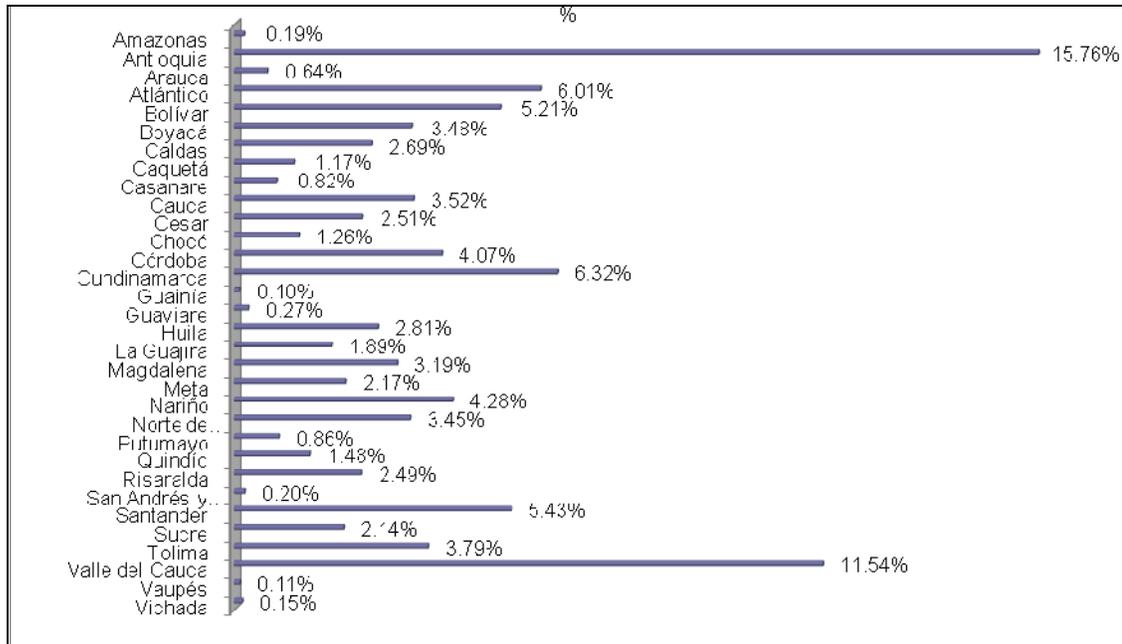
De acuerdo con el Índice de Desarrollo Humano, Colombia se ubicó en el 2009 en el puesto 75 a nivel mundial con un IDH de 0,791. Sin embargo, no todas las regiones de Colombia presentan el mismo nivel de desarrollo. La principal zona de alto desarrollo corresponde a la región andina en ciudades tales como Bogotá, Medellín y Cali, que constituyen el denominado "Triángulo de Oro."

Cuadro 12:
Población por Departamento

Población		
Amazonas	Leticia	67.726
Antioquia	Medellín	5.682.276
Arauca	Arauca	232.118
Atlántico	Barranquilla	2.166.156
Bolívar	Cartagena	1.878.993
Boyacá	Tunja	1.255.311
Caldas	Manizales	968.740
Caquetá	Florencia	420.337
Casanare	Yopal	295.353
Cauca	Popayán	1.268.937
Cesar	Valledupar	903.279
Chocó	Quibdó	454.030
Córdoba	Montería	1.467.929
Cundinamarca	Bogotá	2.280.037
Guainía	Puerto Inírida	35.230
Guaviare	San José del Guaviare	95.551
Huila	Neiva	1.011.418
La Guajira	Riohacha	681.575
Magdalena	Santa Marta	1.149.917
Meta	Villavicencio	783.168
Nariño	San Juan de Pasto	1.541.956
Norte de Santander	Cúcuta	1.243.975
Putumayo	Mocoa	310.132
Quindío	Armenia	534.562
Risaralda	Pereira	897.509
San Andrés y Providencia	San Andrés	70.554
Santander	Bucaramanga	1.957.789
Sucre	Sincelejo	772.010
Tolima	Ibagué	1.365.342
Valle del Cauca	Cali	4.161.425
Vaupés	Mitú	39.279
Vichada	Puerto Carreño	55.872
Total		6.840.116

Fuente: Departamento Nacional de Estadística de Colombia (DANE) Conciliación Censal, Censo Nacional 2005

Gráfico 15:
Población por Departamento (%)



Fuente: Departamento Nacional de Estadística de Colombia (DANE) Conciliación Censal, Censo Nacional 2005

Se deben tomar en cuenta otras estadísticas referenciales del Departamento Nacional de Estadística de Colombia (DANE):

Promedio de edad por poblador colombiano

0-14 años: 30.3%

15-64 años: 64.5%

65 años para adelante: 5.2%

Edad (mediana):

Hombres: 25.4 años

Mujeres: 27.4 años

1.2.2 Mapa socioeconómico de Colombia

La estratificación socioeconómica colombiana está definida como una clasificación de los domicilios o viviendas a partir de sus características físicas y de su entorno, categorizada en seis grupos o estratos. Su base jurídica está contemplada en el artículo 102 de la Ley 142 del 11 de Julio de 1994, y definida-entre otras- en las leyes 505 del 25 de junio de 1999 y 732 del 25 de enero de 2002.

En Colombia los inmuebles residenciales se clasifican hasta en seis grupos, homogéneos en sí y heterogéneos entre sí, según sus características físicas y de hábitat urbano o rural, con el fin de cobrar a sus residentes, de manera diferencial, los consumos de energía eléctrica, gas, agua, alcantarillado, aseo y telefonía fija. Esta clasificación se denomina estratificación socioeconómica. Precisar su naturaleza y el papel que desempeña en el sistema tarifario de los Servicios Públicos Domiciliarios (SPD), permite abrir una discusión franca respecto de los alcances de esta estratificación.

Este estudio consta de cuatro partes. La primera contextualiza la estratificación en términos de política pública compensatoria o instrumental de los criterios de solidaridad y redistribución, distinta a las políticas de selección de beneficiarios, o de focalización, y abre paso a los ejes del estudio. La segunda parte permite apreciar cómo las decisiones sobre esta estratificación la fueron convirtiendo en una política social que, como tal, se ha formulado y reformulado a partir de su implementación durante más de dos décadas, asociada con las medidas sobre tarifas de esos servicios y con las políticas de focalización del gasto público. La estratificación se formuló en momentos de inconformidad social con la prestación de los SPD, y como soporte de un régimen tarifario con subsidios cruzados, consistente en recaudar de los estratos altos, o de mayor capacidad económica, un sobre-costo destinado a completar los subsidios para los estratos bajos en el pago de los mismos servicios.

A medida que se implementan políticas de mercado y competencia en la prestación de SPD, el régimen tarifario reduce los estratos contribuyentes y subsidiables, y las diferencias entre ellos (en varios servicios hoy existen tarifas prácticamente iguales para los estratos 3 medio-bajo y 4 medio, y bastante cercanas para los estratos 1 bajo-bajo y 2 bajo, y para los estratos 5 medio alto y 6 alto), por lo que la estratificación socioeconómica va dejando de ser “el reconocimiento de las diferencias socioeconómicas por un país solidario”, y corre el riesgo de convertirse sólo en un mecanismo de identificación geográfica de pobres.

La tercera parte presenta el análisis de las evaluaciones que se han realizado sobre la focalización de los subsidios mediante la estratificación socio-económica. Algunas de ellas no captan en forma adecuada la estratificación sino la de marcos muestrales y encuestas, y otras asumen una identidad impropia entre el mecanismo de solidaridad y redistribución de ingresos (estratificación de inmuebles residenciales) y el de focalización (detección de las personas más pobres según sus ingresos). Se muestra la importancia conceptual de evaluar la clasificación socioeconómica de inmuebles residenciales mediante categorías relacionales de la misma índole, acorde con la más alta jurisprudencia nacional sobre los SPD del país.

La confusión provocada por estos estudios ha hecho que a la estratificación socioeconómica de SPD se le reclame lo que analítica y prácticamente no puede dar; como que no presenten errores de exclusión e inclusión frente a clasificaciones de los hogares por ingresos, que sea igual al indicador de Necesidades Básicas Insatisfechas INBI, que muestre estrechas correlaciones con la línea de ingresos de pobreza, o que no contemple variables multicausales de la pobreza como el índice de calidad de vida ICV, núcleo del Sistema de Selección de Beneficiarios sociales Sisben.

La cuarta parte discute las implicancias de las propuestas sobre el reemplazo de la estratificación de inmuebles por la de Sisben, o su combinación. Se argumenta que la focalización de individuos u hogares, y la auto-focalización, en el caso de los SPD, acorde con parámetros financieros de cada servicio, conduciría a la vulneración de los derechos de los usuarios, puesto que la regulación ha definido que se trata de estratos de inmuebles y no de hogares, de un estrato único o igual para todos los servicios que

reciba el inmueble, estrato asignado por la principal autoridad territorial, al igual que mecanismos transparentes de atención de reclamos por el estrato asignado.

Cuadro 13:
Estratificación Socioeconómica
Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE

Criterios de estratificación	Denominación y características del estrato					
	Bajo – bajo 1	Bajo 2	Medio – bajo 3	Medio 4	Medio – alto 5	Alto 6
Estado de la construcción	Carácter provisional	En obra negra	Semiterminadas, fachadas revocadas sin pintar	Completamente terminada	Completamente terminada	Completamente terminada
Tipo de construcción	Materiales de desecho en paredes y techos	Entregada para terminar por autoesfuerzo (o inquilinato)	Casas independientes con muros de ladrillo. Techo de cemento o zinc	Casas independientes o apartamentos con muros de ladrillo revocado. Techo de cemento o zinc	Todas las comodidades. Apartamentos o casas con muros de ladrillo o cemento. Techo de placa o teja de barro.	Mansiones o apartamentos lujosos
Forma de urbanización	Sin un plan determinado (invasiones)	Barrios en periferia	Técnicamente planeadas	Técnicamente planeadas por firmas urbanizadoras	Conjuntos residenciales técnicamente planeados	Viviendas autofinanciadas, grandes comodidades y estilo fuera de lo normal
Conexión con servicios públicos	Carecen de dos o más servicios	Disponen de algunos como agua y alcantarillado	Todos menos teléfono	Todos los servicios	Todos los servicios	Todos los servicios
Ubicación de las viviendas	Zonas marginadas no urbanizadas ni urbanizables	Periferia urbana	Periferia urbana cerca de zona industrial o centro de la ciudad	Urbanizaciones en zonas aledañas al centro	Sectores especiales de la ciudad urbanizados por grandes firmas	Zonas residenciales alejadas del centro
Servicios disponibles en la urbanización	No tienen vías ni transporte urbano	Tienen algunas vías sin pavimentar y transporte escaso	Tienen vías pavimentadas y transporte urbano	Tienen vías pavimentadas y facilidades de transporte	Grandes zonas verdes, sociales y de recreación. Vías pavimentadas y parqueadero, grandes facilidades de acceso	Grandes zonas verdes, sociales y de recreación. Vías pavimentadas y parqueadero, grandes facilidades de acceso
Uso de los servicios públicos	No disponen de condiciones sanitarias indispensables	Compartido	Compartidos algunos como el teléfono	Uso exclusivo	Uso exclusivo	Uso exclusivo
Hogares por vivienda	Alto grado de hacinamiento	Alto grado de hacinamiento (tres hogares por vivienda)	Más de uno	Más de uno en algunos casos	Uno	Uno

Fuente: Departamento Nacional de Estadística de Colombia (DANE)

Legalmente existen seis estratos socioeconómicos al año 2010. El estrato más bajo es 1 y el más alto es 6. De acuerdo al DANE en la encuesta de Calidad de Vida citado en el documento CONPES 3386 El porcentaje es:

- Estrato 1 (bajo-bajo) = 22.3%
- Estrato 2 (bajo) = 41.2%
- Estrato 3 (medio-bajo) = 27.1%
- Estrato 4 (medio) = 6.3%
- Estrato 5 (medio-alto) = 1.9%
- Estrato 6 (alto) = 1.2%

La clasificación por estratos que obtenga una persona determina los impuestos que debe pagar, las tarifas de los servicios públicos domiciliarios, el acceso a los servicios de salud, las matrículas a pagar en las universidades estatales, entre otros. Los estratos 1 y 2 y algunas veces el 3 son subsidiados por los estratos 4, 5 y 6 y obtienen varios beneficios del estado, sobre todo en el tema de salud, tarifas de servicios públicos, masificación del uso de los servicios públicos domiciliarios, fondos de solidaridad e inversión social.

2. Mercado de Franquicias en Colombia

Las franquicias en Colombia tienen un enorme futuro, dado que el País cuenta con una base empresarial muy importante y con un gran potencial para recibir inversión extranjera de diversos Países con intenciones de utilizar la estrategia de franquicia.

La economía colombiana es de las más estables del subcontinente, con una tasa de crecimiento económico sostenido, donde la crisis global ya experimentada en los últimos años no causo un efecto negativo en el proceso de expansión de las franquicias, además Colombia es un país con un gobierno y ambiente general receptivo a las franquicias, en el que se ha incrementado la demanda de productos y servicios, el sistema de franquicia está en una etapa de posicionamiento en la cual se podrá vislumbrar a las franquicias como un modelo empresarial indispensable para la construcción de un país más prospero y equitativo porque provee una herramienta valiosa acorde con los retos de la competitividad y la globalización .

La franquicia en Colombia tiene un impacto sobre varias actividades esenciales para el desarrollo de la sociedad, constituyendo una solución de autoempleo con el potencial de proporcionar una fuente de ingresos y una ocupación digna mediante una inversión de menor riesgo que un negocio totalmente nuevo e independiente.

En el año 2009 en Colombia, en lo referente al sector franquicias, fue un año de plena evolución y crecimiento, en el sector educación se pasó de 210 empresas a unas 300 solo en un año, con crecimiento cercano al 30%.

El hecho de que la franquicia en Colombia aún no esté lo suficientemente desarrollada lo convierte en un mercado donde aún queda mucho por hacer. Las 300 redes que operan en el país con 6.242 establecimientos franquiciados⁶ aún dejan espacio para establecer más negocios en este mercado emergente, cuya tendencia será la depuración del sector y la internacionalización; por lo cual en el 2010 se espera que el sector franquicias tenga un crecimiento sostenible. Este modelo de negocio ha

⁶según el último informe sobre la “Situación actual de la franquicia en Colombia” publicado por la consultoría en franquicia Tormo & Asociados.

conseguido una facturación de más de 8.563 millones de pesos Colombianos que equivalen a USD 4, 707,117.57 facturados, con una inversión de más de 592 millones de pesos (USD 325,424.92) de inversión.

Hay que destacar que este sistema está concentrado en dos ciudades, Bogotá y Medellín. La principal ciudad colombiana por el número de centrales de franquicia es Bogotá, que aglutina aproximadamente el 41% de las mismas (82 redes), seguida muy de cerca por la ciudad de Medellín, con un 39% (78). El resto de ciudades se encuentran a bastante distancia por localización de redes, con Cali, que tiene 19 o Bucaramanga y Barranquilla, ambas con seis.

De las 300 empresas que operan en Colombia 104 están vinculadas al sector retail, con 1.932 establecimientos. El sector servicios contabiliza 61 redes aunque encabeza el número de establecimientos que llegan a los 2.558. Mientras, las 45 cadenas de hostelería cuentan con 752 unidades de negocio.

Por sectores, en hostelería⁷ existe una mayoría enfocadas a la comida rápida (25), a restaurantes y bares (16) y a heladerías (4). En retail, la moda y confección se lleva la palma, con 51 enseñas que operan con 610 establecimientos. Destaca, en segundo lugar el sector de tiendas especializadas cuyas 25 enseñas poseen 270 establecimientos y es curioso el sector de productos naturales, donde cinco firmas cuentan con 270 unidades de negocio.

En cuanto al sector servicios los servicios especializados tienen 18 cadenas y 373 tiendas, mientras que en mensajería sucede lo mismo que con los productos naturales. Cinco firmas poseen la nada despreciable cifra de 1.784 puntos.

La atomización del mercado es algo reseñable, nada menos que el 59% de las franquicias tienen menos de diez establecimientos y una gran mayoría de los mismos no alcanzan las cinco unidades. Solamente un 8% de las cadenas poseen más de 50 unidades de negocio. Por lo que todo apunta a que durante los próximos años asistamos a un aumento de compañías grandes que crecerán en número de franquiciados; por lo cual es necesario que exista una mayor convocatoria y concientización del modelo de negocio pudiendo ser respaldado por los medios de comunicación masivos y las redes sociales en apogeo, por otro lado se debe conocer los términos que involucran crear una franquicia teniendo toda la información y respaldándose en una empresa consultora que pueda transferir de manera exitosa la marca y el know how a sus potenciales franquiciados⁸.

2.1 Composición del mercado

El sistema de las franquicias en Colombia cada vez es mayor, pero aún no está del todo desarrollado, contando con 300 redes con 6,242 franquicias. La participación de franquicias nacionales tuvo un crecimiento significativo durante el último año gracias al desarrollo de empresas locales.

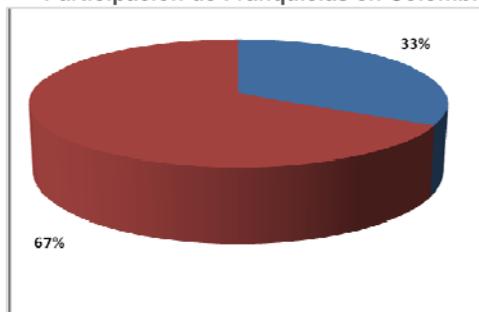
Actualmente el 67% del total de franquicias que existen en Colombia son empresas nacionales y el 33% restante corresponde a empresas internacionales que tienen presencia en Colombia por medio de franquicias, la cual sigue siendo liderada por los Estados Unidos, el cual alcanza el 44.9% de participación, siguiéndole, Italia, Argentina, España y Francia entre otros⁹

⁷ Hostelería es el nombre genérico de las actividades económicas consistentes en la prestación de servicios ligados al alojamiento y la alimentación esporádicos, muy usualmente ligados al turismo, tales como los hoteles, los hostales, las pensiones, los bares, las cafeterías y los restaurantes y casas de comidas de todo tipo.

⁸ Artículo Tormo & Asociados, tres propósitos para el 2010 en franquicias.

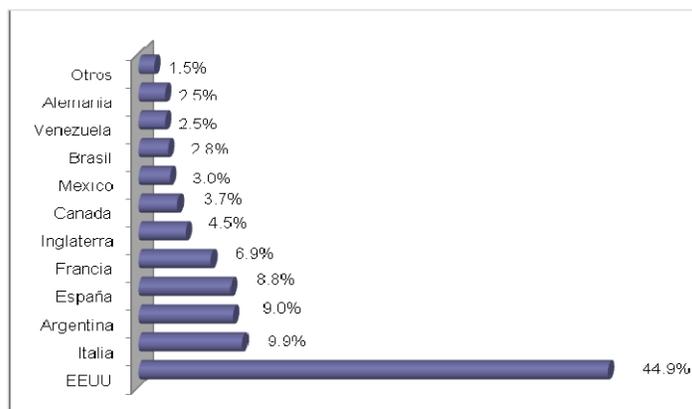
⁹ La franquicia en Colombia un negocio en auge, www.masfranquicias.com

Gráfico 16:
Participación de Franquicias en Colombia



Fuente: www.masfranquicias.com
Nacionales (67%) - Internacionales (33%)

Gráfico 17:
Participación de Franquicias Internacionales según País de Origen



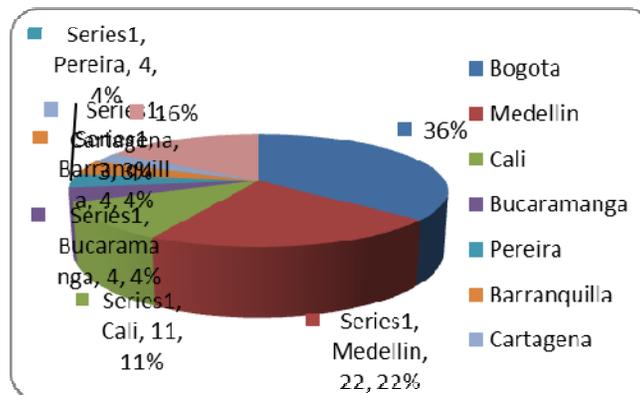
Fuente: www.masfranquicias.com

Las franquicias pertenecen principalmente a los segmentos de moda y confección (ropa), comidas rápidas, spas, educación y ahora último el segmento de bijouterie principalmente joyas de plata. Colombia está siendo uno de los focos para franquicias extranjeras y para que estas tengan éxito deben estar seguros que el concepto de franquicia sea acorde con la cultura del País, ser viable e innovador.

Los establecimientos de las empresas que dicen tener franquicias en Colombia, se concentran en las principales ciudades del País, estando en primer lugar Bogotá, donde se concentra el 36% de los establecimientos totales de las franquicias, seguido por Medellín con el 22% y en tercer lugar Cali con el 11%. En estas tres ciudades se agrupa casi el 70% de los establecimientos de las empresas franquiciadoras, lo que es coherente con la concentración de las centrales de franquicias en las diferentes ciudades de Colombia¹⁰.

¹⁰ Las franquicias en Colombia, sistema en crecimiento, www.masfranquicias.com

Gráfico 18:
Puntos de Venta en Colombia

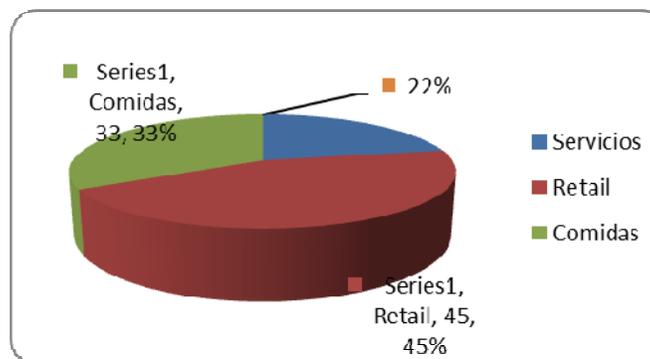


Fuente: Las Franquicias en Colombia, sistema en crecimiento

2.2 Clasificación por sectores

Las franquicias en Colombia se encuentran principalmente en el macrosector retail siendo el líder con una participación del 45%, le sigue el sector de servicios con una participación del 33% y por último está el macrosector de comidas con el 22%. Los conceptos de Moda y confección continúan liderando el sector de franquicias en Colombia con una participación 21%. La principal zona en la que las empresas franquiciadoras quieren crecer a nivel nacional son Antioquia y el Eje Cafetero, seguido por la Costa Atlántica y luego por ciudades como Ibagué, Neiva, Pasto y Popayán que corresponden a la zona del Sur occidente del País¹¹.

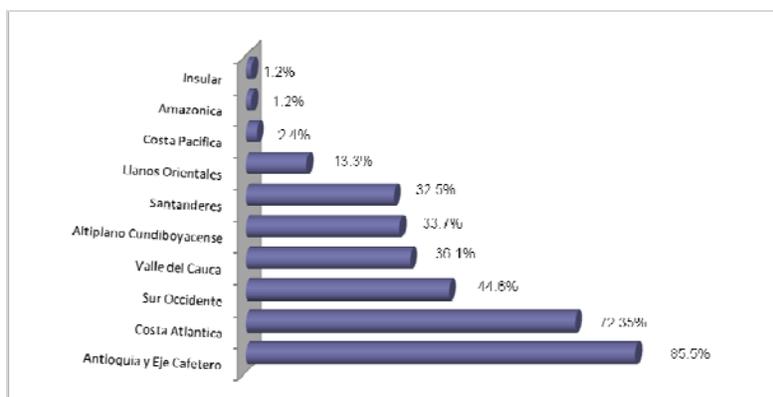
Gráfico 19:
Participación de franquicias por macro sector



Fuente: Las Franquicias en Colombia, sistema en crecimiento

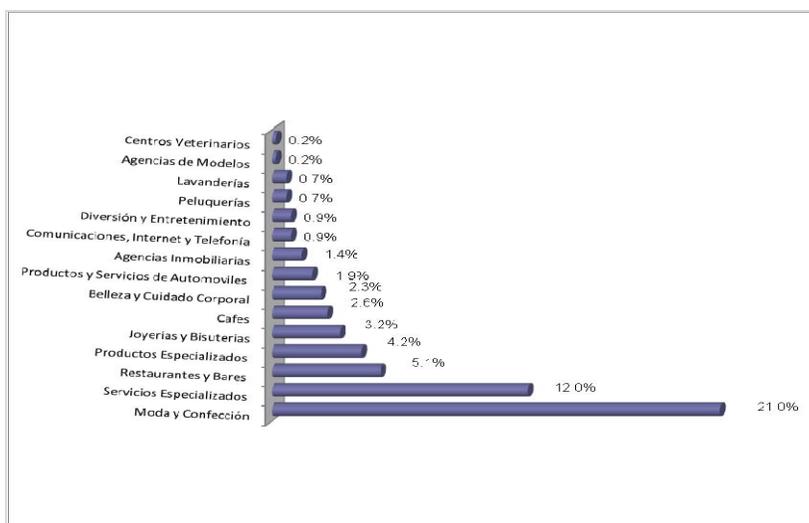
¹¹ La franquicia en Colombia, un negocio en auge.

Gráfico 20:
Zonas de interés para la expansión de las franquicias en Colombia



Fuente: Las Franquicias en Colombia, sistema en crecimiento

Gráfico 21:
Sectorización de las Franquicias



Fuente: Tormo & Asociados

2.2.1 Franquicias de Alimentación

- Alimentación – Supermercados (0)
- Bebidas (4)
- Café y Té (0)
- Delicatessen / Comida Especializada (3)
- Heladerías y Tiendas de Golosinas (10)
- Panaderías (9)
- Ultramarinos / Productos congelados (0)
- Vending (2)

2.2.2 Franquicias de Automóviles

- Accesorios de automóviles y Servicios relacionados / Talleres de automóviles (3)
- Alquiler de automóviles (1)
- Concesionarios de automóviles (0)

- Gasolinera / Garage (0)
- Limpieza y Cuidado de Automóviles (7)
- Motos (2)

2.2.3 Franquicias de Belleza, Salud y Deportes

- Centros de bronceado / Depilación / Cuidado de manos, pies y uñas esculpidas (1)
- Cosméticos / Perfumería / Salones de Belleza (10)
- Deportes / Eventos deportivos (0)
- Gimnasio / Fitness (3)
- Masajes y Bienestar (4)
- Nutrición y Centros de adelgazamiento (5)
- Peluquería / Cuidado del cabello (2)
- Salud / Productos para el cuidado de la salud (7)
- Ópticas y centros auditivos (0)

2.2.4 Franquicias de Cuidado del Hogar

- Aire acondicionado y Calefacción (0)
- Carpintería y Cerrajería (0)
- Construcción y Obras (0)
- Fontanería (1)
- Herramientas / Materiales para la construcción (0)
- Inmobiliaria / Servicios Inmobiliarios (6)
- Instalaciones eléctricas (1)
- Jardín (1)
- Medio ambiente (0)
- Mudanzas (0)
- Piscinas /Spas / Saunas (0)
- Reformas del hogar (2)
- Seguridad (0)
- Servicios domésticos (2)
- Servicios financieros (1)

2.2.5 Franquicias Diversas

- Alimentación y productos para mascotas (1)
- Cuidado y Entrenamiento para animales (0)
- Otros (2)
- Tiendas de Segundamano (0)

2.2.6 Franquicias Hoteles y Restauración

- Bar, Grill y Pub (10)
- Cafeterías / Teterías / Heladerías (7)
- Entrega a domicilio / Comida para llevar (1)
- Fast Food / Comida Rápida (23)
- Hoteles y Alojamiento (2)
- Restaurantes y Pizzerías (14)

2.2.7 Franquicias de Informática y Electrónica

- Audio / Video / TV (0)
- Centros de enseñanza informática / Consultoría (0)
- Informática, venta y reparación / Accesorios (1)
- Internet y Software (4)
- Papelerías y productos de oficina (3)
- Telefonía y Telecomunicaciones (1)

2.2.8 Franquicias de Moda y Accesorios

- Accesorios de moda (3)
- Joyerías y Relojerías (5)
- Lencería / Ropa Interior / Ropa de baño (6)
- Moda (13)
- Moda Especializada (otros) (4)
- Moda Femenina (3)
- Moda Masculina (0)
- Moda para bebés y niños / Ropa de maternidad / puericultura (4)
- Zapaterías y Productos de piel (3)

2.2.9 Franquicias de Regalos, Muebles y Decoración

- Electrodomésticos (0)
- Floristerías (0)
- Mobiliaria / Ropa de cama / Cocinas (4)
- Pinturas, Cuadros y Molduras (0)
- Regalos / Artículos del hogar / Decoración (2)
- Ropa de casa / Textil (2)

2.2.10 Franquicias de Ocio y Entretenimiento

- Agencias de Contactos / Citas (0)
- Agencias de viajes (3)
- Bicicletas (0)
- Entretenimiento y Ocio (7)
- Foto y Video (2)
- Juguetes y jugueterías (1)
- Librerías / Música / Arte (0)
- Publicaciones, Prensa, Artículos de papelería, Libros (1)

2.2.11 Franquicias de Servicios Especializados

- Arreglos de ropa – Modistas / Sastres (4)
- Atención y Cuidados a la tercera edad (1)
- Educación para adultos (5)
- Educación y Centros de ocio infantil (17)
- Entretenimiento infantil (12)
- Guarderías Infantiles (0)
- Tintorerías – Lavanderías y Limpieza a seco (12)

2.2.12 Franquicias de Servicios para las Empresas

- Agencias de Colocación y empleo (3)
- Asesoría – Consultoría (4)
- Coaching / Asesoramiento empresarial (3)
- Contabilidad / Impuestos (0)
- Imprenta rápida / copiado / diseño gráfico (2)
- Otros Servicios (1)
- Publicidad / Marketing / Traducciones (2)
- Rótulos y señalamiento general (3)
- Seguridad e Investigadores privados (0)
- Servicios de limpieza (2)
- Servicios financieros y seguros (1)
- Transporte / Mensajería (5)

Los sectores importantes en el surgimiento de franquicias corresponde al sector de comida en Colombia, como podemos ver los conocidos Fast Foods y Restaurantes son los que se encuentran en etapa de apogeo. Entre los servicios que reciben más atención tenemos salones de belleza.

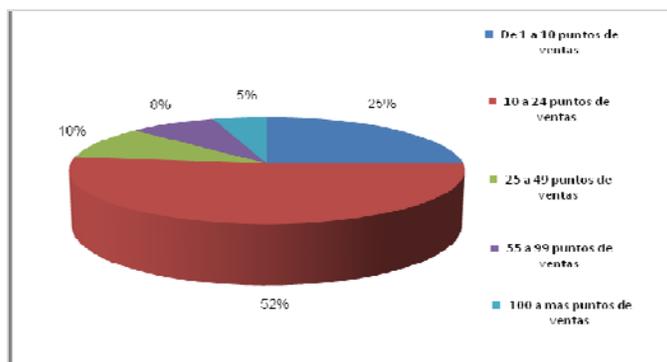
Los sectores con mayor crecimiento son:

- Restauración con comida rápida y Restaurantes de comida internacional.
- Educación y Centros de ocio infantil, en los que se encuentran escuelas técnicas y de idiomas.
- Moda en general¹².

2.3 Clasificación por modalidad de propiedad de los locales

En cuanto a los puntos de venta que tienen las empresas franquiciadoras en Colombia, se estima que existen 20.000 puntos de venta, el 52% de las franquicias cuentan en promedio con menos de 10 establecimientos, el 25% tienen de 10 a 24 establecimiento y el 23% restante tienen más de 25 establecimientos.

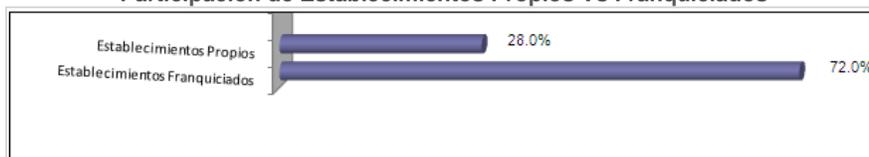
Gráfico 22:
Tamaño de las Franquicias por puntos de Venta



Fuente: Las Franquicias en Colombia, sistema en crecimiento

Las franquicias más frecuentes de adquisición de bienes de consumo en Colombia son las tiendas de barrio (46%), las grandes superficies (22%), el mercado (10%), los sitios especializados (9%), las panaderías (5%), el vendedor ambulante (3%) y otros como los centros comerciales, las droguerías y las plazas. En las tiendas de barrio, supermercados y centros especializados, por ejemplo, el mayor consumo se da en alimentos, mientras que en los centros comerciales las ventas son marcadas por la mayor demanda de indumentaria¹³.

Gráfico 23:
Participación de Establecimientos Propios Vs Franquiciados



Fuente: Tormo & Asociados

En el cuadro podemos observar la cantidad de establecimientos que existen en Colombia, un 72% representa los establecimientos franquiciados y un 28% establecimientos propios, por lo cual se puede observar que las franquicias son una opción rentable en el mercado Colombiano.

¹² Mayor información de empresas franquiciadas en www.franchisekey.com/co

¹³ Exportando franquicias – Colombia, Sabor y Pasión

2.3.1 Costos de compra y alquiler de inmuebles

Cuadro 14:
Rango de precios de renta: bodegas*
US\$/m²

País	2009	
	Mínimo	Máximo
Colombia	5	10.5
Argentina	4	7
México	4.4	5.2
Chile	4.2	5.4
Perú	1.6	5

Fuente: Colliers International

*Mejores Bodegas catalogadas como uso industrial- Bodegas tipo clase A.

En el cuadro podemos observar que en el País Colombiano cuesta US\$ 10.5 alquilar el metro cuadrado.

Cuadro 15:
Rangos de precios de venta: Tierra*
US\$/m²

País	2009	
	Mínimo	Máximo
México	150	300
Perú	200	500
Colombia	100	320
Argentina	65	140
Chile	80.8	107.3

Fuente: Colliers International

*Mejores lotes del mercado urbanizado para industria

Cuadro 16:
Precios Promedios de alquiler en Edificios*
US\$/m²

País	2008	2009
Argentina	29.5	24 - 32
México	23.83	20 - 30
Colombia	23.25	15 - 33
Chile	21.70	19 - 24
Perú	15.3	15 - 17

Fuente: Colliers International

*Edificios categorías A+ y A

Costos de Compra y Alquiler de inmuebles Ciudades de Colombia

Cuadro 17:
Rangos de precios de renta. Bodega*
US\$/m²

Ciudad	2009	
	Mínimo	Máximo
Bogotá	5	10.5
Medellín	5	7.3
Cali	3.3	4.5
Barranquilla	5	7.5

Fuente: Colliers International

*Mejores Bodegas catalogadas como uso industrial – Bodegas tipo clase A.

Como podemos ver en el siguiente cuadro las Ciudades con mayor presencia para poder abrir una franquicia son: Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla, siendo la principal la capital puesta que es el centro del comercio, en el cual se ubican mayores locales y por lo tanto los precios son mayores.

Cuadro 18:
Precios Promedios de alquiler en Edificios*
US\$/m2

Ciudad	2008	2009
Bogotá	23.4	15 - 33
Medellín	17	12.5 - 19.9
Cali	19	11 - 22.5
Barranquilla	15	5.5 - 12

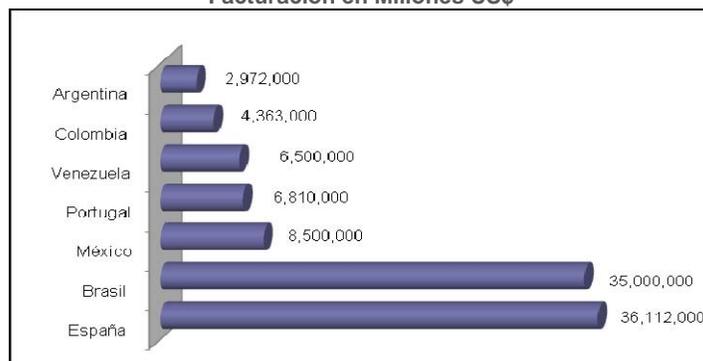
Fuente: Colliers International
*Edificios categorías A+ y A.

En el caso de Franquicias que desean abrir oficinas para tener un mejor manejo del negocio, podemos observar los montos de cada Ciudad en dólares.

2.4 Facturación

Las franquicias en Colombia como modelo de negocio han conseguido una facturación al 2009 de más de 8.563 millones de pesos Colombianos facturados, que representan US\$ 4.363 millones de dólares.

Gráfico 24:
Facturación en Millones US\$

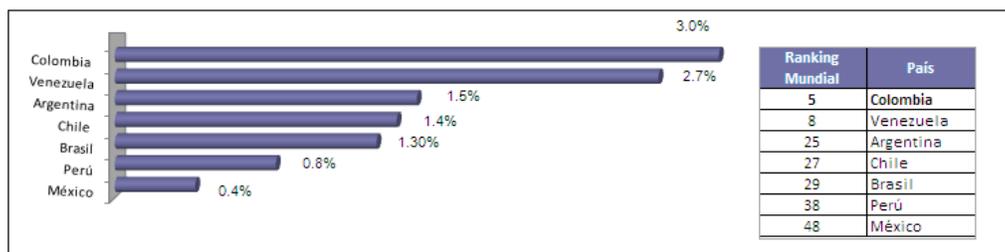


Fuente: Colombia un espacio incipiente para las franquicias, Artículo Tormo & Asociados

2.5 Generación de empleo

La franquicia en Colombia puede convertirse en el momento actual, en una estrategia para la generación de empleo y la permanencia en el tiempo de las empresas. La franquicia es un modelo ágil y versátil que responde a los cambios económicos y sociales con rapidez y a las tendencias actuales como son; la orientación creciente de la economía hacia la generación de servicios, la incorporación de más mujeres al mercado de trabajo y el envejecimiento progresivo de la población.

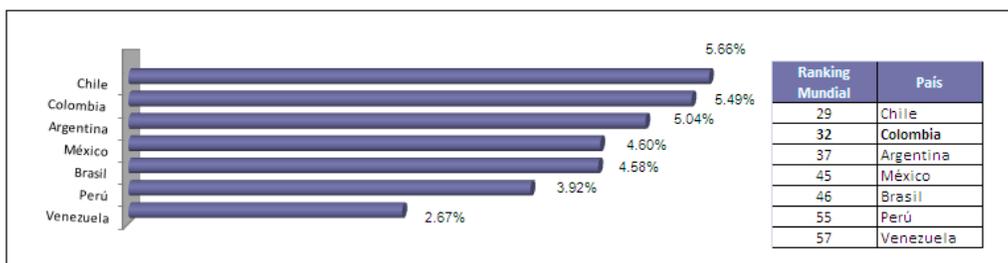
Gráfico 25:
Crecimiento de fuerza laboral



Fuente: IMD World Competitiveness, 2009. Ranking compuesto por 57 países.

En el grafico podemos observar que Colombia es el País con mayor crecimiento con respecto a la fuerza laboral en Latinoamérica.

Gráfico 26:
Disponibilidad de mano de obra calificada - 2009

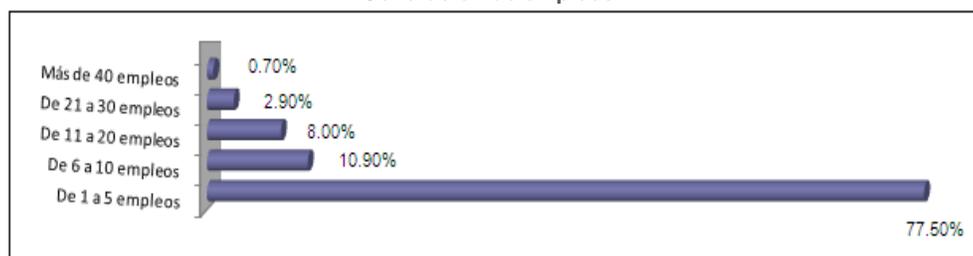


Fuente: IMD World Competitiveness, 2009. Ranking compuesto por 57 países.

En el grafico podemos observar que Colombia es el segundo País con mayor disponibilidad de mano de obra calificada en la Región.

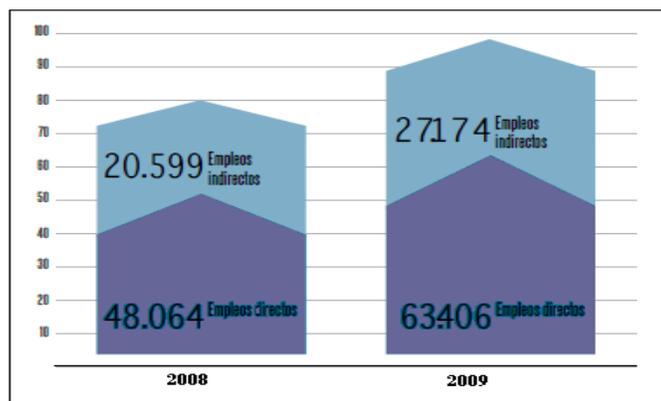
En Colombia, el sector de franquicias genera aproximadamente 90.580 empleos, haciendo un gran aporte a la dinámica del País, Esta cifra incluye tanto empleos directos como indirectos, además, se estima que un tercio de ese total corresponde a empleos indirectos. El número de empleados promedio por establecimiento es de 5 personas se observa además, que el 88.4% de las franquicias, genera entre 1 y 10 empleos por punto de venta.

Gráfico 27:
Generación de empleos



Fuente: Franquicias y empleo en Colombia. www.masfranquicias.com

Gráfico 28:
Empleos generados por las franquicias en Colombia



Fuente: La Franquicia en Colombia, negocio en auge

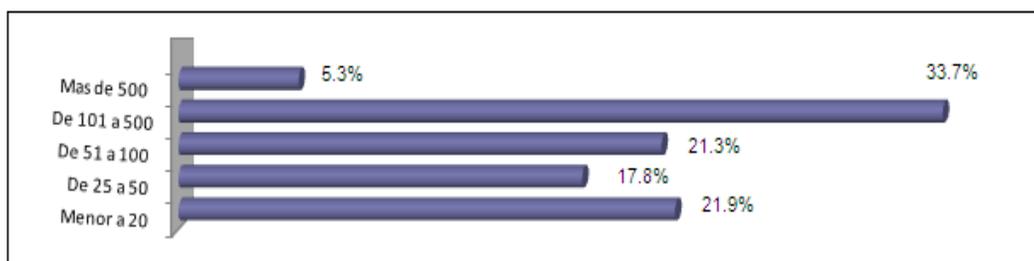
Como podemos observar en el gráfico las franquicias en Colombia crean 27.174 empleos indirectos y 63.406 empleos directos, lo que significa un crecimiento, con respecto al año 2008, en el cual las franquicias generaban un total de 68.663 empleos. La situación resulta interesante, el crecimiento de empleos directos está directamente relacionado con el crecimiento de puntos de venta franquiciados, los cuales se dan de manera exponencial y no de manera lineal, lo que significa un beneficio tangible para la economía del País en cuanto a generación de empleos.

2.6 Rango de inversión

En Colombia, existe una amplia variedad de conceptos que se ajustan a diferentes perfiles de inversionistas. El capital requerido para adquirir una franquicia, varía de acuerdo al sector de actividad y al tipo de negocio en sí, el 60% de las franquicias en Colombia requieren inversiones menores a \$100.000.000 y menos de 40% de las franquicias en Colombia requieren inversiones mayores a \$100.000.000.

Esto indica que en Colombia la posibilidad de adherirse a una red de franquicias es amplia por la gran variedad de conceptos e inversión que ofrece el mercado, los cuales se ajustan a diferentes perfiles de inversionistas.

Gráfico 29:
Inversión requerida para adquirir una franquicia en Colombia



Fuente: La Franquicia en Colombia, negocio en auge

2.7 Regalías

En todo contrato de franquicias se debe tomar en cuenta el punto de regalías, el cual equivale al pago de una suma de dinero, generalmente definida como un porcentaje (1% - 20%) de las ventas brutas originadas por el franquiciado, la cual abona periódicamente al franquiciante. Este periodo puede establecerse en forma semanal, quincenal, mensual, etc. Las regalías están destinadas a solventar costos de estructura, de soporte y asistencia y también pueden representar ganancias para el franquiciante.

El monto de los derechos y regalías está directamente relacionado con los márgenes del negocio y no hay regla de oro en cuanto a su determinación. En los negocios de servicios, donde los márgenes son mayores, las regalías y los derechos también lo son.

Generalmente, las centrales cobran una cantidad inicial conocida como el canon de entrada y, posteriormente, una regalía de explotación y de publicidad, que suele situarse en un 3-4% de la facturación. Pero también hay otras que tan sólo cobran el canon de entrada para "atraer al potencial franquiciado que se interese por su firma" o con el fin de "darle más libertad al franquiciado". Conviene recordar que el canon de entrada es la cantidad que el franquiciador exige al franquiciado para entrar a formar parte de la franquicia, y utilizar la marca y signos distintivos, garantizar una zona de exclusividad, transmisión del 'know how' mediante manuales y formación y, finalmente, ofrecer asistencia técnica y comercial continuada.

Todo lo que quiere decir es que en franquicias, donde la mayoría de los conceptos están probados, son rentables y basan sus modelos de expansión en estudios realizados por firmas serias; el diferencial verdadero entre dos conceptos puede estar donde en franquiciante menos se puede imaginar, y es allí donde puede ganar o perder más miembros-aliados (franquiciados) para su red¹⁴.

2.8 Principales franquicias en Colombia

En Colombia se habla del tema de franquicias desde mediados de los años 70, cuando se intentó traer a Wimpy y McDonald's al país, pero la normatividad de la época no lo permitió por considerar que se trataba de tecnología blanda, que no justificaba la remisión de regalías al exterior.

La primera franquicia en instalarse formalmente en Colombia fue Burger King traída por la Curia en 1980. Abrió 7 restaurantes entre 1980 y 1986, operando inicialmente con gran éxito. Posteriormente su licencia fue cedida a otros inversionistas.

A partir de la década de los noventa el modelo de las franquicias se empieza a difundir y a cobrar importancia dentro del País. Esto es posible gracias a una mayor apertura de la economía, a una mejor protección de la propiedad intelectual y a la búsqueda de nuevos mercados por parte de los Países más desarrollados en cuanto a franquicias.

A principios de los 90 entran al mercado varios conceptos norteamericanos, bien sea como franquicia Master o como puntos propios como Dunkin Donuts, Sir Speed, Kumon, Domino's Pizza, Mc Donald's, Yogen Früz, entre otros. En 1995, Colombia cuenta con 40 franquicias en operación.

En cuanto a las franquicias nacionales, se destaca la heladería Mimo's que empezó a franquiciar desde 1977. Asimismo las franquicias Sándwich Qbano, Hamburguesas el Corral, Totto, Pronto y Azúcar, entre otras, surgen en los años 90.

Entre los años 1992 y 1995, la franquicia generó aproximadamente 20 millones de dólares en Colombia y más del 50% de los franquiciadores eran empresas colombianas con planes de expansión.

Colombia es la cuarta economía latinoamericana y se encuentra sólidamente situada en el grupo de naciones en vías de desarrollo. El sector de la franquicia ha abierto una nueva alternativa para el desarrollo de los negocios en Colombia.

Actualmente existen desde heladerías hasta centros dentales operando bajo el sistema de franquicias. Es un hecho que los negocios franquiciados crecen más rápido y con menos riesgo que los negocios propios. El formato de franquicias genera unos 63.406 empleos directos y 27.174 indirectos, lo que demuestra que la franquicia empieza a abrirse paso en Colombia, como en varios Países emergentes.

Las ciudades más atractivas para los empresarios que invierten en este sector son Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla. Sin embargo, el resto de ciudades colombianas son igualmente atractivas para el empresario.

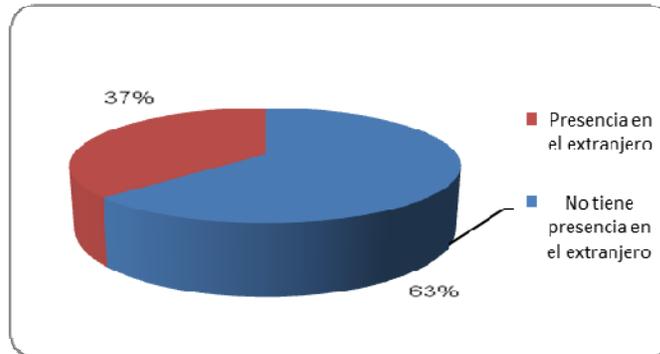
El impacto de la franquicia en Colombia está abarcando tanto lo económico como lo social y se ha convertido en una exitosa fórmula de expansión de empresas.

Con respecto a las franquicias Colombianas en el exterior, la etapa de fortalecimiento en la que se encuentra el sector hace que las empresas nacionales busquen primero consolidarse dentro de nuestro país. En este sentido solo el 37% de las franquicias colombianas tienen presencia internacional a través de puntos de venta propios o franquiciados, los principales mercados en los que se encuentran son Ecuador, Venezuela, Estados Unidos, México y Panamá. Las franquicias colombianas del sector de Moda y Confección son las que más presencia internacional tienen actualmente, seguido por el sector de alimentos, servicios especializados, tiendas especializadas y otras empresas de servicios de salud,

¹⁴ Franquicias Contrato - Dra. Natalia Flores

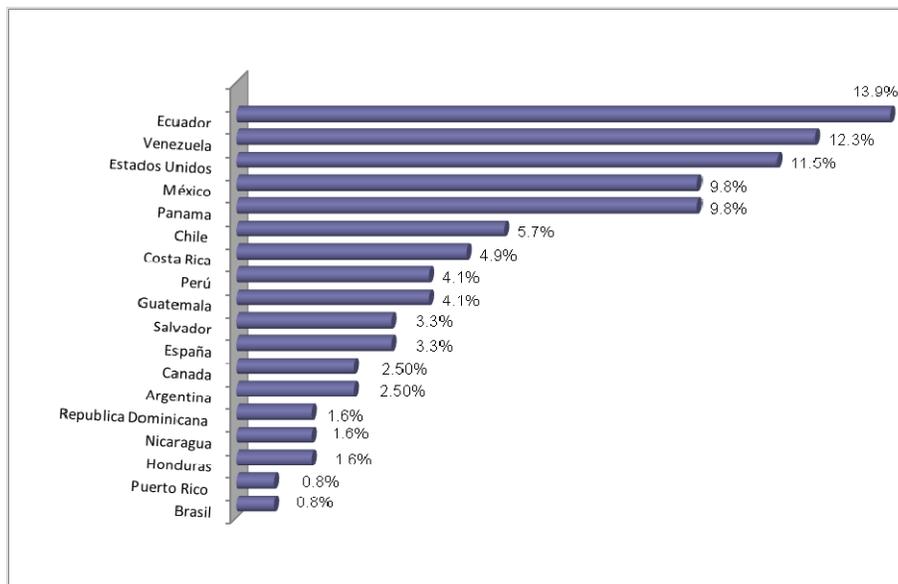
joyerías, centros de capacitación, agencia de viajes, servicios de automóviles, tiendas de calzado y artículos de cuero¹⁵.

Gráfico 30:
Presencia Internacional de las Franquicias Colombianas



Fuente: La Franquicia en Colombia, negocio en auge

Gráfico 31:
Presencia Internacional de franquicias Colombianas por País.



Fuente: Fuente: La Franquicia en Colombia, negocio en auge

Entre las principales empresas que se encuentran en Colombia bajo el formato de las franquicias tenemos:

- Transequipos LTDA.
- Super Coffe S.A.
- Veterinaria Kanú
- Estibol S.A.
- Restaurante Paneroli

¹⁵ Masfranquicias.com

- Comida Mexicana – Ketaco
- Pepe Jeans London
- Tropikal Cocktails
- Servicio de Lavado de Vehiculos – Mawa LTDA.
- La casa matriz de crepes de france
- CONINGLÉS English Consultants
- Finolino – Lencería y decoración para el hogar
- Offcors , producción y comercialización de ropa infantil
- Normal 021, utensilios para la cocina
- Essensale LTDA. Extractos e insumos para elaboración de perfumes.
- Best House, agencia inmobiliaria
- Subway, comida rápida
- La Paztizzeria

2.9 Promoción y publicidad

De antaño son conocidas las exposiciones como método de promoción para la franquicia, ya que en este tipo de eventos se concentran inversores nacionales e internacionales. El “contra” de las ferias y exposiciones es que generalmente la participación en ellas es muy costosa, por lo cual incluso puede ser limitada a uno o dos eventos anuales, aún cuando haya más para participar sin que se posible debido al gasto que esto implicaría.

Como consecuencia a las necesidades de promoción, con menor costo que los eventos especializados y mayor acercamiento hacia los inversionistas de manera cotidiana, internet se ha convertido en una herramienta clave para la difusión de los 850 conceptos de negocio que se encuentran operando actualmente dentro del interior de la República bajo el modelo de franquicia. Así, los emprendedores interesados en realizar una inversión que los convierta en dueños de un negocio propio, acceden a toda la información virtual necesaria para conocer los detalles de cada marca y decidirse a emprender.

Por otro lado se encuentran los medios de comunicación impresos, uno de los más tradicionales pero no por eso menos efectivos. La promoción en revistas y periódicos especializados en inversiones y negocios brinda una ventaja sobre las demás herramientas que hemos comentado hasta el momento, y consiste en aproximar mayormente a un público verdaderamente potencial, hacia un concepto de negocio específico, de tal forma y como dice el dicho, “Si la montaña no va a Mahoma, Mahoma va a la montaña” ya que es más probable que las personas que accedan a este tipo de medios los adquieran y se acerquen a la información de las posibilidades de inversión, movidos por un interés previo.

Como mencionábamos anteriormente, la utilización de varias herramientas de promoción para la franquicia, logrará favorecer la captación de posibles franquiciatarios. Para la elección de las herramientas que se utilizarán será determinante analizar el concepto del negocio y las condiciones en que se podría desarrollar favorablemente, para de este modo, dirigir la campaña promocional al público que se sitúe en el contexto determinado como “más favorecedor para la franquicia”¹⁶.

¹⁶ Estrategias de promoción para las franquicias – www.tormo&asociados.com

Principal Feria de Franquicias:

El próximo 8 y 9 de julio del 2010 se realizará en Bogotá Colombia la IV Feria Andina de Negocios y Franquicias FANYF 2010, que se realizará en el Centro de Convenciones Gonzalo Jiménez de Quesada en Bogotá. Está feria es organizada por LFM y la visitan más de 4.000 emprendedores de más de 7 países.

Entre los principales objetivos de dicha feria son: Promocionar e impulsar el sector franquiciador de Colombia y de la región andina, así como a empresas que soporten y contribuyan con esta actividad, en un certamen de alta categoría e imprescindible como herramienta de marketing para aumentar el nivel y el volumen de contactos y para realizar negocios con compradores potenciales inversionistas. Realizar una Feria Empresarial con valor agregado para incentivar a los participantes nacionales e internacionales procedentes de todo el mundo. Así, además de la exposición se organizarán actividades como Ruedas de Negocios, Simposio Internacional, Actividades Sociales, Premios, Promoción Internacional tanto de expositores como de visitantes primordialmente en el área andina y centroamericana.

El objetivo a mediano plazo es posicionar a Bogotá como el Punto de encuentro más importante del área Andina para el desarrollo de negocios de Franquicias.

A la feria asistirán Inversionistas nacionales e internaciones interesados en nuevas alternativas de negocios, empresarios interesados en asesorías para franquiciar su negocio, profesionales que encuentren en la franquicia o en otros formatos de negocio oportunidades para iniciar su independencia, franquiciatarios con poder de decisión y capacidad para llegar a nuevos acuerdos; propietarios, gerentes y profesionales interesados en conocer la franquicia como una actividad comercial; empresarios en busca de nuevos proveedores y prestadores de servicios¹⁷.



¹⁷ www.fanyf.com

2.10 Principales consultoras de franquicias

Entre las principales consultoras de franquicias se mencionan:

Tormo & Asociados

Una de las principales consultoras de Franquicias en Colombia, es Tormo & Asociados, la cual se crea en 1991, esta empresa consultora ha participado en la creación y desarrollo de proyectos para más de 800 empresas franquiciadoras, ayudando a más de 3000 personas a integrarse en redes de franquicia. A lo largo de este tiempo ha sido participe del desarrollo del sector y de sus empresas. Sus servicios están orientados a todas aquellas empresas que desean iniciar su expansión en franquicia, franquiciadores en activo y emprendedores e inversores que desean incorporarse en una red de franquicia.

Hoy, Tormo & Asociados, presenta un equipo humano superior a las 100 personas distribuidas entre sus oficinas centrales en Madrid y Barcelona. Tiene también oficinas abiertas en Lisboa, México, Bogotá, Lima y Sao Paulo y, a través de múltiples alianzas, tiene presencia en las principales capitales europeas y área mediterránea.

Tormo & Asociados posee una metodología propia de trabajo, es una consultoría enfocada al negocio desarrollada a lo largo de más de 15 años de experiencia y orientada hacia la consecución de las necesidades de cada empresa, alcanzando un fuerte compromiso con cada una de ellas. Una visión eminentemente eficiente, un análisis caso por caso de las necesidades y circunstancias concretas de cada empresa y una perspectiva a largo plazo, constituyen los pilares de su método de trabajo.

Contacto: Silvia García Ruíz (sgarcia@tormo-asociados.es)
Website: <http://www.tormo-asociados.es/nacionales.aspx>

Valencia Hoyos & Asociados

Es una de las líderes empresas de consultoría de franquicias de Colombia. Tiene un equipo de profesionales altamente calificados y experimentados en asesoría y consultoría empresarial en el área de las franquicias, diseño e implementación de formatos de franquicia y estrategias gerenciales, en empresas de diferentes sectores a nivel nacional e internacional brindando la asesoría y a acompañamiento necesario para el logro de expansión y desarrollo de acuerdo a la necesidad de cada empresa.

Se caracteriza un alto grado de compromiso con los clientes y sus objetivos organizacionales, lo cual trae como resultado un excelente nivel de calidad, oportunidad y confiabilidad en los servicios que prestamos. Está acompañado del máximo profesionalismo y confidencialidad en el manejo y tratamiento de la información y problemática de las empresas que depositan en nosotros su confianza. Es miembro de THE FRANCHISE CENTER, la Red Internacional de Especialistas en Franquicias, donde se encuentran las firmas consultoras más importantes a nivel latinoamericano.

Su Misión, es contribuir al fortalecimiento y expansión de nuestros clientes a través de una asesoría altamente profesional en la definición y ejecución de estrategias gerenciales, financieras, de mercadeo y organizacionales que permitan lograr desarrollo empresarial y crecimiento en utilidades

Contacto: María Teresa Valencia Hoyos (valenciahoyos@valenciahoyos.com)
Domicilio: Calle 73 No. 14-33, Bogotá
Teléfono: (571) 311 229 2606 - 311 876 6838 - 312 4577727
Website: <http://www.valenciahoyos.com>

Pérez & Asociados

Es otra importante empresa consultora ubicada en Colombia, Tienen más de 12 años de experiencia comprobada, con experiencia nacional e internacional, son miembros de la Red Consultora Global Franchise. Se encargan de asesorar a empresas en tres niveles: Introducción de franquicias extranjeras al País; implementación de franquicias nacionales y exportación de franquicias colombianas al exterior.

Cuentan con un equipo de trabajo conformado por profesionales idóneos para ofrecer una asesoría integral en la implementación de un sistema de franquicia; Cuentan con expertos en las siguientes áreas:

- Legal
- Financiera
- Propiedad Intelectual e Industrial
- Mercadeo y Publicidad
- Ingenieros Industriales con amplia experiencia en levantamiento de procesos y manualización.

La firma Pérez & Asociados es miembro fundador de la Asociación Colombiana de Franquicias "ACOLFRAN". Miembros también del programa CFE de la IFA "International Franchise Association" en USA y de la Red de Consultores en Franquicia, Global Franchise.

Alianzas Internacionales.- Cuentan con alianzas y acuerdos internacionales para la promoción y adquisición de sistemas de franquicia a nivel nacional e internacional, que facilitan la introducción de empresas exitosas a nuevos mercados.

Contacto: Pérez & Asociadas (perezayasoc@une.net.co)
Domicilio: Calle 95 N° 11 -51 Ofc. 203 – Bogotá
Teléfono: (571) 6161029 – 6161921
Web: www.colombiafranquicias.com

Criteria Consultores Ltda.

Empresa dedicada a dar asesoría a Empresas Nacionales e Internacionales que deseen expandirse. Se encargan de diagnosticar las fortalezas y oportunidades para poder franquiciar. Criteria Consultores Ltda. Cuenta con un equipo de 9 consultores sénior expertos en diferentes campos, hasta el momento han estructurado 18 franquicias Colombianas y 32 entre extranjeras y colombianas.

Contacto: Jorge Azuluaga (jorgeazuluaga@criteriafranquicias.com)
Domicilio: Calle 92 N° 18 – 62 (102) Bogotá - Colombia
Teléfono: (571) 6040149 / (57) 3108165395
Web: <http://www.concriteria.com>

Franquicias & Estrategias

Franquicias & Estrategias Ltda. Es una empresa líder en América Latina especializada en desarrollos de expansión empresarial para franquiciantes y franquiciados activos y potenciales. Cuentan con equipo consolidado que trabaja simultáneamente para prestarle un servicio óptimo y potenciar su crecimiento. El equipo de consultores se encuentra permanentemente actualizado en los últimos desarrollos y estándares internacionales.

Esquema de principales Productos & Servicios que ofrecen F&E:



Fuente: Franquicias & Estrategias

Contacto: Franquicias & Estrategias (consultoria@franchisesnet.com)
 Domicilio: Calle 114 N° 9-01 Torre A Piso 11 Teleport Business Park – Bogotá
 Teléfono: (571) 6386226 / 2579422
 Web: <http://www.franchisesnet.com>

Franchise Key Colombia

Es el directorio más extenso de la franquicias internacional con contenido y know – how internacional y multi - cultural, en la se encuentran miles de oportunidades de franquicia, licencia y concesiones provenientes de Colombia o del mundo. En Franchisekey se puede encontrar información sobre el franquiciador que se está buscando.

Franchisekey.com se creó como una empresa conjunta entre 3 líderes de la franquicia en Europa:

- www.franchiseportal.de/ - Alemania
- www.quefranquicia.com/ - Español
- www.ac-franchise.com/ - Francia

¿Qué ofrece Franchisekey a los franquiciadores?

Franchisekey es la herramienta adecuada para ampliar la red de franquicias tanto en el ámbito nacional como internacional, reúne candidatos tanto para franquicias como para máster franquicias.

Franchisekey es el único sitio web que no cobra cuota de suscripción, los franquiciadores solo pagan una tarifa por los candidatos que son de interés para ellos. Se envían los perfiles de los candidatos que estén interesados en su franquicia de manera gratuita, y pagarán exclusivamente por los datos de contacto de los candidatos que están realmente interesados.

Los franquiciadores tienen su propia área privada, "Mi Franchisekey", donde pueden actualizar y modificar la información publicada en su perfil, así como aceptar y seguir el proceso de solicitud de candidatos, publica información y noticias de las franquicias de forma gratuita (un artículo al mes por enseña como máximo). También es posible disponer de los artículos publicados en el boletín de noticias para llegar aún más a los posibles candidatos.

¿Qué ofrece Franchisekey a posibles franquiciados?

Franchisekey le ofrece el directorio más extenso de franquicias nacionales e internaciones, con miles de enseñanzas y oportunidades de negocio que permiten a potenciales franquiciados encontrar las alternativas que mejor se adapten a ellos.

Es un sencillo método para ponerse en contacto con franquiciadores nacionales e internacionales. Se encuentran noticias sobre las redes de franquicias nacionales e internacionales, así como todos los eventos relacionados con la franquicia también una guía de franquicias operativas a tu disposición, con datos completos y actualizados, FAQ's, vídeos y boletines informativos sobre el mundo de la franquicia.

Un área privada, "Mi Franchisekey", donde los posibles franquiciados pueden almacenar sus perfiles y seguir su proceso de solicitud con los franquiciadores.

Líderes en franquicias.com por Jorge Andrés Orozco

Combinando visión y creatividad, Jorge Andrés Orozco es un empresario con 16 años de experiencia, que ha crecido ayudando a crecer a las otras empresas. A través de Expansión de Negocios, Jorge Andrés ha logrado desarrollar programas y proyectos que han permitido consolidar marcas, expandir territorios y generar mayores recursos a través de un novedoso modelo de negocios que incluye cuatro unidades; Expansión y Desarrollo de Negocios, Medios de Comunicación, Estrategia de Marca y Desarrollo de Actividades de Marketing, Comunicaciones y Eventos de alto impacto.

Es reconocido como una de las grandes autoridades latinoamericanas en el tema de las franquicias, específicamente, es considerada la persona que revivió y revolucionó el sistema en Colombia. Hace seis años muy pocas personas creían en las franquicias.

Dentro de sus clientes se cuentan algunas de las súper marcas del mercado como Diesel, Juan Váldez Café, Cementos Argos, Salud Sura, Offcorss, Onda de Mar, Disney, Banco Interamericano de Desarrollo BID y Arturo Calle, entre otros. Como parte de su desarrollo empresarial ha creado importantes herramientas como el Directorio Masfranquicias, las revistas Masfranquicias Actualidad, el portal masfranquicias.com que se han convertido en punto de referencia obligada de los decisions makers del mundo de los negocios latinoamericanos.

Más franquicias.com Colombia.

Es el portal de franquicias en Colombia y Latinoamérica, Es un directorio completo en el cual se pueden encontrar opciones de empresas por franquiciar. Es un directorio completo en el cual actualmente se encuentran 341 franquicias registradas.

En masfranquicias uno se puede suscribir al boletín electrónico y al informativo impreso, por el cual envían noticias actuales, artículos de interés, oportunidades de negocio, entrevistas y termas acerca del sector de la franquicia, con la ayuda de este completo portal el cual se presenta como una vitrina para las empresas que quieran posicionarse, generar nuevos negocios y dar a conocer los servicios o productos que ofrecen, también se podrá generar más referencias, tener más cobertura tanto a nivel nacional como internacional, un mayor posicionamiento, credibilidad y calidad.

Web: www.masfranquicias.com

Hoy lideresenfranquicia.com es su nuevo proyecto, un portal práctico que cuenta con una comunicación activa, interactiva y especialmente útil, a través de su propio videoblog, para compartir con todas aquellas personas que desean estructurar sus negocios, o desean conocer todas las claves para invertir en franquicias.

Contacto: Jorge Andrés Orozco
Web: www.lideresenfranquicia.com

3. Aspectos Legales

3.1 Requisitos de marca comercial

El procedimiento para registrar una marca en Colombia, hoy en día es más sencillo que años atrás. Uno debe completar un Formulario de Servicio

(http://www.marcaria.com/register/step2/tm_registration_form.asp?country=Colombia)

y enviar un Poder de Abogado. Posteriormente una compañía especializada en el registro y protección global de marcas y dominios enviará el modelo de Poder por email luego que se reciba la solicitud de registro¹⁸.

3.1.1. Precios y Plazos para adquirir marca Comercial

Los precios y plazos según los pasos necesarios son los siguientes:

Cuadro 19:
Precios y plazos para adquirir una marca nacional

PASO 1 - ESTUDIO DE FACTIBILIDAD		
	MARCA DENOMINATIVA O LOGO	MARCA DENOMINATIVA + LOGO
1 Clase	\$ 77	\$ 129
Clase Adicional	\$ 67	\$ 119
Plazo de entrega	2 días hábiles	2 días hábiles
PASO 2 - SOLICITUD DE REGISTRO		
1 Clase		\$ 782
Clase Adicional		\$ 746
Duración Estimada del Proceso: 10 meses		

Nota: Los precios incluyen todos los honorarios y derechos oficiales.

Los plazos para el registro son estimativos y pueden variar considerablemente si se presentan objeciones u oposiciones, o si suceden otros eventos durante el proceso de registro de la marca.

Asimismo es importante hacer referencia al tema de patentes en Colombia. Para este caso la entidad encargada de otorgar las patentes es la Superintendencia de Industria y Comercio cuyas oficinas principales se encuentran en Santafé de Bogotá D.C.

En esta entidad se pueden adquirir las carpetas para solicitud de Patentes de Invención, Modelos de Utilidad y/o Diseños Industriales. Esta entidad también se encarga de registrar marcas, sean nominativas (de nombre), de origen (por ciudad, región o país), mixtas (mezclando nominativos y de origen), o enseñas comerciales (nombres para los locales de bodega).

¹⁸ http://www.marcaria.com/register/Trademark_registration.asp?Country=CO#

La patente de invención se confiere por 20 años, contados a partir de la solicitud. Vencido este plazo, cesa la protección del estado y el invento pasa a ser patrimonio de la humanidad.

Aun cuando tome mucho tiempo, cualquier ciudadano colombiano puede solicitar su patente. Las diligencias deben realizarse en Santafé de Bogotá y muchas veces para agilizarlas se buscan los servicios de una oficina de Abogados, que a su vez contrata Ingenieros para completar el formato de la Superintendencia.

Publicación, superados los trámites se debe realizar una publicación en "LA GACETA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL". Se dejan 30 días hábiles después de la publicación por si alguien requiere formular una demanda de oposición u observaciones.

Verificación de Novedad Internacional, para saber si la patente en trámite realmente tiene novedad internacional, un inventivo aceptable o una aplicación industrial, la Superintendencia requiere hacer una búsqueda a nivel mundial.

La tarea es larga; exige una minuciosa revisión de gacetas, diskettes, cd-rom y discos ópticos, información que diariamente aumenta.

Revisar una solicitud de patente puede durar hasta 2 años. En este lapso se cuenta además el periodo de gracia que se otorga al solicitante de la patente para que pueda presentarla simultáneamente en otros países.

Concepto de Fondo, si no hay observaciones después de la publicación, la Oficina Nacional de Patentes, de la Superintendencia, debe emitir el "Concepto de Fondo". Es aquí donde se concede o niega la patente.

En caso de ser negada, existe la posibilidad de la reposición, a través de la cual el inventor, contando con las pruebas necesarias, puede solicitar al Consejo de Estado la nulidad de la resolución en que le fué negada la patente.

3.1.2 Requisitos para solicitar Patente de Invención o de Modelo de Utilidad

1. Se debe adquirir la carpeta en cartulina (Forma P-10) la cual servirá de carátula para la solicitud.
2. Las solicitudes presentadas a la Superintendencia de Industria y Comercio deben contener:
 - La identificación del solicitante y del inventor
 - Título o nombre de la invención que debe ser Descriptivo, Breve y Preciso, evitando la designación excesivamente general o abstracta, sin hacer referencia a la marca o el nombre comercial que se le quiera dar al producto o proceso.
 - Un resumen con el objeto y finalidad de la invención.
 - La descripción clara y completa de la invención en forma tal que una persona versada en la materia pueda ejecutarla; si es necesario, debe ayudarse de dibujos realizados técnicamente.
 - Una o más reivindicaciones que precisen la materia para la cual se necesita la protección mediante la patente.
 - Para la interpretación de la invención: Los dibujos, los planos o las figuras que sean necesarias, en hojas tamaño oficio, realizados en tinta negra indeleble por una sola cara del papel, en lo posible sin marcos ni letreros (sólo los que sirvan para designar la figura)

- Cuando hay una solicitud extranjera previa: la copia de la primera solicitud de patente, en el caso de que se solicite prioridad, señalándola expresamente: si no se reclama la prioridad, no es exigible la copia.
- La tarjeta para el archivo temático y una tarjeta para el archivo de propietarios, debidamente diligenciados, de acuerdo con el formato de la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Para efectos de publicación : un resumen que contenga la identificación del inventor, el título de la invención, lo más relevante de la descripción o reivindicación, el arte final del dibujo o figura más característica, o fórmula química más característica en tamaño de 12 x 12 cm por duplicado si fuere el caso y los datos bibliográficos pertinentes.
- Los poderes que fueren necesarios
- Comprobante de pago para Patente de Invención o para Patente de Modelo de Utilidad.
- El texto (por duplicado de la descripción) y las reivindicaciones debe ser presentado en hojas blancas tamaño oficio, escritas en tinta negra e indeleble, por una sola cara del papel. El original quedará en la oficina y la copia será para el solicitante.

3.1.3 Requisitos para solicitar un Registro de Diseño Industrial

1. Se debe adquirir la carpeta en cartulina para diseño industrial (Forma P-101) la cual servirá de carátula para la solicitud.
2. Las solicitudes presentadas a la Superintendencia de Industria y Comercio deben contener:
 - La identificación, domicilio y dirección del peticionario y su apoderado, y la indicación del nombre del diseñador.
 - El título o nombre del diseño debe ser: Descriptivo, Breve y Preciso, evitando la designación excesivamente general o abstracta, sin hacer referencia a la marca o el nombre comercial que se le quiera dar al producto.
 - Los poderes que fueren necesarios.
 - Cuando hay una solicitud extranjera previa: la copia de la primera solicitud del diseño, en el caso de que se solicite prioridad, señalándola expresamente: si no se reclama la prioridad, no es exigible la copia.
 - La tarjeta para el archivo temático y una tarjeta para el archivo de propietarios, debidamente diligenciados, de acuerdo con el formato de la Superintendencia de Industria y Comercio.
 - Para efectos de publicación : un resumen que contenga la identificación del diseñador, el título del diseño, lo más relevante de la descripción , el arte final del dibujo o figura más característica, en tamaño de 12 x 12 cm por duplicado si fuere el caso y los datos bibliográficos pertinentes.
 - Los dibujos, los planos o figuras correspondientes a las seis vistas ortogonales y la perspectiva general, si el diseño es tridimensional, o los dibujos, gráficas o planos que sean necesarios cuando se trate de un diseño bidimensional.
 - El arte final de la figura característica, por duplicado, en tamaño 12 x 12 cm, sobre papel fotográfico o similar apto para ser multiplicado.

Comprobante de pago expedido en la Superintendencia de Industria y Comercio. Tarifa única.

Clases de Patentes en Colombia.-

- 1.- Patentes originales son aquellas independientes de cualquier patente extranjera
- 2.-Patente extranjera es la solicitada por primera vez en un País distinto de los del Acuerdo de Cartagena.
- 3.-Patentes de prioridad del Acuerdo de Cartagena son las que se conceden con la prioridad de una solicitud anterior en país miembro del Acuerdo de Cartagena, o en otro que conceda reciprocidad.

**Cuadro 20:
Documentos Necesarios Para Presentar Solicitud de Patente**

Requisitos para la Solicitud	Observaciones
1. Poder	<p>(a) Modelo 1: Poder Otorgado en Colombia: Debe ser firmado por el solicitante y con nota de presentación personal ante notario o juez. Si el solicitante es una sociedad, debe agregar un Certificado de la Cámara de Comercio sobre su constitución y personería.</p> <p>(b) Modelo 2: Poder Otorgado en el Extranjero: Debe ser firmado ante Notario Público y autenticado por el Cónsul de Colombia quien debe certificar según modelo adjunto al poder.</p> <p>(c) Es necesaria la cesión autenticada del inventor al solicitante.</p>
2. Descripción y reivindicaciones	<p>Según el caso:</p> <p>(a) Tres (3) copias en español en tamaño 22 x 32 cms.</p> <p>(b) O una copia en otro idioma para hacer la traducción oficial aquí.</p>
3. Dibujos	<p>(a) Original en papel de lino o en papel blanco grueso.</p> <p>(b) Una copia en papel común blanco y otra similar para nuestro archivo.</p> <p>Tamaño 22 x 32 cms.</p> <p>Leyenda: En español usando el sistema métrico decimal.</p>
4. Documentos de Prioridad	<p>1. Copia certificada y autenticada por Cónsul de la solicitud extranjera básica. La traducción oficial debe hacerse en Colombia.</p> <p>2. Número de solicitud, fecha de presentación y país de cada solicitud básica extranjera si se reclama la propiedad de una solicitud hecha en un país del Grupo Andino o en otro que conceda la reciprocidad.</p>
5. Informes	<p>(a) Nombre y dirección completas del solicitante.</p> <p>(b) La indicación de cuál es la reivindicación y dibujo más característico para la publicación de la solicitud en la Gaceta.</p> <p>(c) Finalidad u objeto de la invención.</p>
6. Costos	Según tarifas oficiales.

3.2 Marco legal para la inversión extranjera

Desde el punto de vista legal, la Franquicia como contrato no aparece regulado en nuestro ordenamiento jurídico, por lo que cabe definirla como un contrato atípico (discrepamos de quienes lo denominan innominado), precisamente por carecer de una regulación específica.

No por no ello deja de gozar de toda la protección legal y judicial. En efecto, partiendo del principio consagrado en el art. 6º de nuestra Constitución, los particulares son libres de hacer todo aquello que no esté expresamente prohibido, lo que nos lleva al principio de la autonomía de la voluntad, en virtud de la cual el particular puede celebrar todos aquellos contratos que no estén expresamente prohibidos, complementado con el límite que señala el Código Civil en cuanto a la causa del contrato, la cual no puede ser contraria al orden público ni a las buenas costumbres.

En tal sentido podemos señalar que en Colombia es plenamente válido la celebración de dicho contrato, que como algunos consideran, es un contrato marco, dentro del cual se desarrollan una serie de subcontratos: licencia de marca, asistencia técnica, servicios técnicos, suministro de know how y de bienes, entre otros.

Por supuesto que como la Franquicia lleva implícita una serie de actos u operaciones económicas, estará regido igualmente por el Estatuto Tributario. Así, se debe tener en cuenta que a los pagos o abonos en cuenta derivados de un contrato de franquicia deben aplicarse las retenciones en la fuente a título de impuesto de renta, ventas, timbre nacional y a título del impuesto complementario de remesas si el pago implica transferencia de rentas al exterior.

3.3 Régimen tributario

Para fines fiscales, es necesario definir si una persona realizará sus actividades económicas como persona natural o como persona jurídica ya que las leyes establecen un trato diferente para cada una¹⁹,

Persona natural es un individuo con capacidad para contraer obligaciones y ejercer derechos.

Persona jurídica es una agrupación de personas que se unen con un fin determinado, por ejemplo, una sociedad mercantil, una asociación civil.

3.3.1 Impuesto de Renta

Tarifa para personas jurídicas: 35%

Tarifa para personas naturales: Tabla progresiva

Grava todo ingreso que sea susceptible de producir un incremento en el patrimonio, salvo que se considere ingreso no constitutivo de renta ni ganancia ocasional, o renta exenta, según las normas fiscales vigentes.

La renta líquida se determina como resultado de afectar los ingresos con los costos y gastos necesarios para su obtención.

Existe una renta gravable mínima, denominada renta presuntiva, equivalente al 6% del patrimonio líquido, en el último día del ejercicio gravable inmediatamente anterior.

Las filiales, sucursales, subsidiarias o agencias en Colombia de sociedades extranjeras tienen derecho a deducir de sus ingresos los montos pagados en concepto de gastos de administración o dirección y en concepto de regalías y explotación o adquisición de bienes intangibles. De igual forma, se encuentran exentos los gastos efectuados en el exterior que tengan relación de causalidad con las rentas de fuente nacional, siempre y cuando se haya practicado la retención en la fuente y si lo pagado constituye para su beneficiario renta gravable en Colombia. Las deducciones están limitadas al 15% de la renta líquida del contribuyente.

¹⁹ Fuente: PROEXPORT COLOMBIA
(<http://www.proexport.com.co/vbecontent/NewsDetail.asp?ID=3208&IDCompany=16>)

3.3.2 Impuesto de Timbre

Tarifa: 1.5%

Es un tributo a los documentos en los que se hace constar la existencia, constitución, modificación o extinción de obligaciones al igual que su prórroga o cesión, cuya cuantía exceda una suma que se reajusta anualmente (\$56.684.000 para el año 2004).

3.3.3 Impuesto de Industria y Comercio

Tarifa: Entre el 4.14 por mil y el 13.8 por mil

Impuesto de carácter municipal que grava toda actividad industrial, comercial o de servicios, se determina sobre el ingreso bruto bimestral o anual dependiendo de la ciudad.

3.3.4 Impuesto Predial

Tarifa: Entre el 2 por mil y el 33 por mil

De carácter municipal, grava los bienes raíces sobre su valor catastral como mínimo.

3.3.5 Impuesto de Registro

Actos sin cuantía: Entre 2 y 4 salarios mínimos diarios legales.

Actos con cuantía: Entre 0.3 % y 1% determinado por la respectiva asamblea departamental.

Grava la inscripción de actos, contratos o negocios jurídicos, documentales en los cuales sean parte o beneficiarios los particulares y que por normas legales, deban registrarse en las Cámaras de Comercio o en las Oficinas de Registro de Instrumentos Públicos.

3.3.6 Gravamen a los movimientos financieros

Tarifa: \$4 por cada \$ 1.000

El Gravamen a los movimientos financieros (GMF) grava la realización de transacciones financieras mediante las cuales se dispone de recursos depositados en cuentas corrientes o de ahorros, así como en cuentas de depósito en el Banco de la República y los giros de cheques de gerencia.

En igual forma, grava los movimientos de recursos o derechos sobre carteras colectivas, entre diferentes copropietarios, así como el retiro de estos derechos; y los débitos que se efectúen a cuentas contables y de otro género, diferentes a las corrientes, de ahorro o de depósito, para la realización de cualquier pago o transferencia a un tercero.

3.3.7 Impuesto sobre ganancias ocasionales.

Su tarifa es del 35%, es decir, la misma del impuesto de renta gravable, tanto para sociedades colombianas con inversión extranjera como para sucursales de sociedades extranjeras.

3.3.8 Impuesto de remesas.

En el caso de que la sociedad colombiana con inversión extranjera realice pagos o abonos al exterior, estos estarán sujetos al impuesto de remesas, que será retenido en la fuente por la sociedad. La tarifa de este impuesto es del 7%.

Para las sucursales de sociedades extranjeras, el impuesto de remesas se causa por la simple obtención de utilidades, las cuales se presumen transferidas al exterior. Si se reinvierten en el país, el pago del impuesto se diferirá mientras la reinversión se mantenga; si la reinversión se mantiene por un período mayor a cinco años, las utilidades se exonerarán del pago de este impuesto.

3.4 Impuesto al valor agregado (IVA)

Tarifa General: 16%

Tarifas diferenciales: 2%, 7%, 10%, 11%, 20%, 21%, 23, 25%, 29%, 33%, 35%, 45%.

Es un gravamen que recae en general sobre la venta de bienes corporales muebles, la prestación de servicios en Colombia y la importación de bienes corporales muebles, no excluidos expresamente por la ley.

Por regla general, solo otorga derecho a descuento, el IVA pagado en costos y gastos que se destine a las operaciones gravadas con el impuesto sobre las ventas.

Los impuestos descontables por compras bienes y servicios, que se destinen indistintamente operaciones gravadas, excluidas y exentas se imputaran proporcionalmente.

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) es un impuesto de carácter nacional. La tarifa del IVA varía según la clase de bienes o servicios, siendo en general del 16%; ciertos bienes tienen tarifas diferenciales y otros se encuentran excluidos del impuesto.

Cuadro 21:
Impuesto al valor agregado

Impuesto al Valor Agregado	
Denominación	Impuesto Sobre las Ventas.
Hecho imponible	Las ventas de bienes corporales que no hayan sido exceptuadas expresamente y los retiros de bienes de inventarios para uso propio; la prestación de servicios en el territorio nacional (1); la importación de bienes corporales muebles que no hayan sido exceptuados expresamente.
Base Imponible	El valor de la operación gravada.
Imputación Temporal / Momento de Reconocimiento de la Obligación	En la venta de bienes, en la fecha de emisión de la factura o documento equivalente; en los retiros de inventarios, en la fecha del retiro; en los servicios, en la fecha de emisión de la factura o documento equivalente o en la fecha de terminación de los servicios o del pago o abono en cuenta, lo que ocurra primero; en las importaciones, al momento de nacionalización del bien.
Periodo Impositivo	Mensual
Tipo/Tasa	16% es la tasa general, existiendo tasas inferiores (10%) o superiores, (20%, 35%) para ciertos bienes y servicios considerados suntuarios.
IVA Deducible/ Acreditable, Limitaciones	Los responsables de IVA tienen derecho a descontar de su impuesto a cargo el impuesto pagado en la adquisición o importación de bienes y servicios requeridos para la producción de los bienes y servicios propios. La tarifa para establecer los impuestos descontables a que tiene derecho el responsable, estará limitada por la tarifa del bien o servicio que éste vende o presta; el exceso, si resulta, se lleva como costo o gasto deducible de impuesto de renta.
Obligaciones Formales	Los responsables del impuesto deben presentar declaraciones bimestrales de este impuesto.
Regímenes Especiales	Los exportadores de bienes y servicios tienen derecho a recibir a título de devolución, los impuestos descontables pagados en relación con el bien o servicio exportado. Este mismo derecho lo tienen los productores de bienes exentos.

(1) Algunos servicios, aunque prestados desde el exterior, se consideran prestados en Colombia y en consecuencia gravados con el impuesto, que se recauda vía inversión del sujeto pasivo. Estos servicios son: las licencias para el uso y explotación de bienes intangibles; los servicios profesionales de asesoría, auditoría y consultoría; los arrendamientos de bienes corporales muebles, excepto el de aeronaves, naves

y demás bienes requeridos para el transporte internacional; los servicios de traducción, corrección o composición de texto; los servicios de seguro, reaseguro y co aseguro, salvo los expresamente exceptuados; los realizados en bienes corporales muebles, excepto aquellos directamente relacionados con los servicios de transporte internacional.

Fuente: Kreston Internacional de Latinoamérica (Asociación de Contabilidad Mundial)
http://www.krestonidcm.com.mx/PDFs/Impuestos_Latinoamerica_Web.pdf

3.5 Regulaciones y normas

El Gobierno Nacional mediante el Decreto 210 de Febrero 3 de 2003 le asignó funciones al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, encomendándole formular, implementar y hacer seguimiento a la política nacional de regulación de otras formas de comercio y, dentro de estas formas, la Dirección de Regulación escogió el Sistema de Franquicias, porque esta es otra excelente alternativa de expansión empresarial.

Los objetivos fundamentales de esta política, se orientaron especialmente a:

- Contribuir con la difusión en el ámbito nacional del Sistema de Franquicias, buscando la expansión empresarial más perdurable bajo este formato de negocio.
- Participar en la mejora de la Competitividad de este Sector empresarial tanto nacional como internacionalmente.
- Promover, en consenso con el Sector, normas y procedimientos que permitiesen prácticas en beneficio de los actores del sistema, especialmente para los franquiciados.
- Contribuir con las mejores acciones de difusión, tendientes a promover la generación de nuevos empleos con la expansión de negocios reconocidos o con la creación de otros nuevos.

En cumplimiento de este mandato funcional, la Dirección de Regulación desarrolló fundamentalmente tres (3) actividades claves que propendieran al logro de estos objetivos.

- a) Difusión del Sistema de Franquicias con el apoyo de las Cámaras de Comercio y Empresas de Consultoría Privada:

En principio se consultó a las Cámaras de Comercio de varias ciudades del país con el propósito de proponerles la realización conjunta de eventos que cubrieran temas tanto de Normalización y Reglamentación Técnica como en el Sistema de Franquicias. También se buscó el apoyo de Firmas expertas en los temas de franquicias, lográndose en ese entonces la colaboración de importantes Empresas Consultoras nacionales que manejaban dicha materia, las cuales brindaron orientación profesional a empresarios, inversionistas y demás interesados en tales temas, convocados por las diferentes Cámaras de Comercio.

- b) Proceso de normalización voluntaria del tema de franquicia

En el año 2003 se le solicitó al ICONTEC, como Organismo Nacional de Normalización, que dentro del programa anual de normalización se incluyera el tema de franquicia, con el fin de que en la vigencia del año 2004 se adelantaran las acciones necesarias que condujeran a la obtención de una normativa voluntaria tal como un Código de Buenas Prácticas, o una Guía Técnica Colombiana (GTC). Es así como en Abril 14 de 2004, en las instalaciones del ICONTEC, en conjunto con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se celebró la primera reunión que convocó a empresas consultoras expertas en el tema de Franquicia, con el fin de conocer de sus generalidades y diagnosticar necesidades regulatorias del sector. Como punto de partida que conllevara a reunir de la mejor forma posible a representantes de los diferentes actores en el sistema, ya sea del Gobierno, de Franquiciadores, Franquiciados, Consultores, Expertos en Contratos de Franquicia, la Academia, Asociaciones, Gremios y Organismos de Certificación; el 31 de Mayo de 2004 se llevó a cabo en las instalaciones del ICONTEC el evento

denominado: Política Estatal de Difusión del Sistema de Franquicias y del Comité Técnico de Buenas Prácticas en Franquicias.

De esta reunión se obtuvieron importantes aportes de los participantes así como la dinámica necesaria que condujera, a través del accionar de los Comités Técnicos requeridos, a lograr como resultado, un Código de Buenas Prácticas o una NTC en Franquicia que respondiese a la realidad y necesidad nacional. Durante los años 2004 y 2005 se realizaron varios comités técnicos de franquicia, y como resultado, el 26 de octubre de 2005 se expidió, por parte del ICONTEC, la Guía Técnica Colombiana GTC-126 titulada GUÍA PARA LA ETAPA PRECONTRACTUAL EN LA NEGOCIACIÓN DE LAS FRANQUICIAS.²⁰

El Lanzamiento de esta Guía se realizó el 29 de Noviembre de 2005 en un evento de difusión del sistema de franquicias auspiciado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

- c) Presentación ante Planeación Nacional del Proyecto de Inversión en el Sistema de Franquicias y su ejecución:

En el año 2003 se presentó ante Planeación Nacional, para su estudio y viabilidad, el Proyecto denominado: Difusión y Desarrollo de los Programas de Franquicias y su Regulación en Colombia, el cual fue aprobado, ejecutándose completamente durante la vigencia del año 2005. Para el efecto, bajo este proyecto, se ejecutaron las siguientes actividades:

Evento de difusión del sistema de franquicia realizado en Bogotá el 29 de Noviembre de 2005, al cual asistieron 154 personas, y en el que se dio a conocer la Guía Técnica Colombiana GTC-126.

Talleres de Franquicia: Se dictaron cuatro talleres especializados en franquicia para ocho empresas de las ciudades de Cali y de Medellín.

Competencias actuales del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

La Dirección de Regulación, dentro de las competencias que le asisten, ha respondido a inquietudes de personas interesadas en conocer acerca de temas generales del sistema de franquicias, especialmente lo referente a la normalización voluntaria expedida para dicho sistema.

Como se estimó en los distintos escenarios en los que este Ministerio estuvo presente, el sistema de franquicias en Colombia no requería, de momento, una legislación o reglamentación especial, sino que se debía permitir que tal sistema operara durante el tiempo prudencial en el campo voluntario, bajo el esquema de comercio privado, y regido por las disposiciones contempladas en el Código de Comercio, el Código Civil, y demás normas que regulan, entre otros aspectos, los de propiedad intelectual, de competencia y protección al usuario.

Se espera que la aplicación de la Guía Técnica, bajo el esquema voluntario, trace derroteros de acción comercial en franquicia en el país, de manera que su aplicación sirva de base para avanzar en su normalización, con el propósito de fomentar y fortalecer este importante formato de negocios.

De otro lado, las Cámaras de Comercio del país y otras instituciones privadas, están realizando importantes esfuerzos para promover y difundir el Sistema de Franquicias en Colombia.

20

Para

adquirirla

entrar

a

<http://www.icontec.org/Catalogo/G/gtc%20126/gtc%20126.asp?CodIdioma=ESP>

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo no es especialista en el tema de franquicias, y no interfiere en su desarrollo industrial o comercial, por lo que se recomienda a toda persona que desee incursionar en este negocio, que previamente a tomar cualquier decisión en dicho campo, se asesore ampliamente con los especialistas en el tema, sobre todo en la parte contractual de franquicia, que como cualquier contrato, está regulado por disposiciones legales, lo que acarrea el cumplimiento de lo escrito y firmado.²¹

3.6 Modelación: Base imponible y cálculo de impuesto adicional para remesas – Caso Animales Vivos

Cuadro 22:
Caso Animales Vivos

SH	Descripción
01	Animales Vivos
01.01	Caballos, Asnos, Mulos, Vivos
01.01.10	Caballos, Asnos, Mulos y Burdéganos, Vivos
01.01.10.00	Caballos, Asnos, Mulos y Burdéganos, Vivos. Reproductores de Raza Pura
Fracción Arancelaria	01.01.10.00
Arancel/Gravamen	5%
Régimen	Libre
IVA	16%

Fuente: Elaboración Propia

Para la importación de caballos pura sangre por ejemplo según el caso es requisito utilizar una determinada aduana de entrada según la Resolución N° 2887 de 15/10/96. Instituto Colombiano Agropecuario, ICA.

4. Acceso al Mercado

Colombia se encuentra en el sexto lugar en el Ranking Latinoamericano de exportaciones al 2009, con un total de 32,853 millones de dólares²²

Colombia goza de una posición privilegiada para acceder a los mercados internacionales mediante acuerdos comerciales y preferencias arancelarias que garantizan las mejores condiciones de acceso al mercado.

Colombia tiene acceso a 1.458 millones de consumidores gracias a Acuerdos de Libre Comercio (ALC)²³

Cuadro 23:
Colombia, Acuerdos Comerciales

Vigentes	Firmados	En Negociación	A futuro
Comunidad Andina de Naciones (desde 1969)	Estados Unidos de América (2006)	Unión Europea	Japón
G2 (desde 1995)	Honduras (2007)		
Mercosur (desde 2005)	Canadá (2007)		
Chile (desde 2009)	AELC (2008)	Panamá	República Dominicana
Guatemala y El Salvador (desde 2010)			

Fuente: Invierta en Colombia – Mayo 2010

²¹ Ministerio de Comercio de Comercio, Industria y Turismo (<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/NewsDetail.asp?ID=4175&IDCompany=37&idmenucategory=964>)

²² Bancos centrales e institutos de estadística, Noviembre 2009.

²³ Según Invierta en Colombia a Mayo del 2010.

4.1 Acuerdos Comerciales

Colombia ha venido constituyendo una política de integración abierta, y goza de mercados libres en el ámbito latinoamericano.

Tratado de Libre Comercio (Colombia – Estados Unidos).- El tratado de Libre Comercio es un acuerdo entre Colombia y Estados Unidos con el fin de eliminar las barreras al intercambio comercial entre los dos países y mejorar las condiciones de acceso de sus productos.

Comunidad Andina de Naciones (CAN).- La integración económica más importante para Colombia es el de la CAN que funciona bajo el amparo de la ALADI. Gracias a este acuerdo Colombia tiene libre comercialización con Bolivia, Ecuador y Perú.

Tratado de Libre Comercio de los Tres (TLC –G3).- En 1995 entro en vigencia el TLC entre Colombia, Venezuela y México. Con un rumbo de reducción irregular, en el cual los aranceles de los tres países se iran igualando en un plazo de diez años; integrando un mercado de 145 millones de habitantes con un producto de más de US\$ 400,000 millones, teniendo en cuenta los sectores sensibles de cada País.

Acuerdo de complementación Económica con Chile.- Este acuerdo se encuentra reducido al 95% del comercio bilateral que corresponde al 96% del universo arancelario de Colombia. El porcentaje restante quedará totalmente liberado, con un arancel igual a cero, en el 2012 el acuerdo, además, define una zona de libre comercio mediante la eliminación gradual de los gravámenes aduaneros y de las barreras no arancelarias.

Asociación Latinoamericana de integración (ALADI).- Establecida mediante el tratado de Montevideo de 1980, la ALADI permite la libre comercialización de productos a las áreas de integración económica de América Latina. Además, gracias al convenio de pagos recíprocos el comercio entre los miembros de la Asociación puede moderarse sin riesgo del intermediario financiero, lo que genera facilidades de crédito tanto al comprador como al proveedor.

Comunidad del Caribe (CARICOM).- CARICOM, es un programa de liberalización del comercio que entró en vigencia a partir del primero de enero de 1995, tomando en respecto la diferencia en los niveles de desarrollo relativo de los países miembros del acuerdo, dentro de los cuales Colombia es el de mayor desarrollo económico relativo. Los 12 países miembros de CARICOM que participan como signatarios de este acuerdo de alcance parcial son: Trinidad y Tobago, Jamaica, Barbados, Guyana Antigua y Barbuda, Monserrat, San Cristóbal Belice, Dominica, Granada y Nieves, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas.

Acuerdo MERCOSUR y Colombia.- El Mercosur es el bloque comercial de América del sur compuesto por países como: Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. Venezuela firmó su adhesión el 17 de junio del 2006; Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Perú tienen estatus de estado asociado.

Este acuerdo impulsará la libre circulación de bienes y servicios y la eliminación de las restricciones arancelarias y no arancelarias.

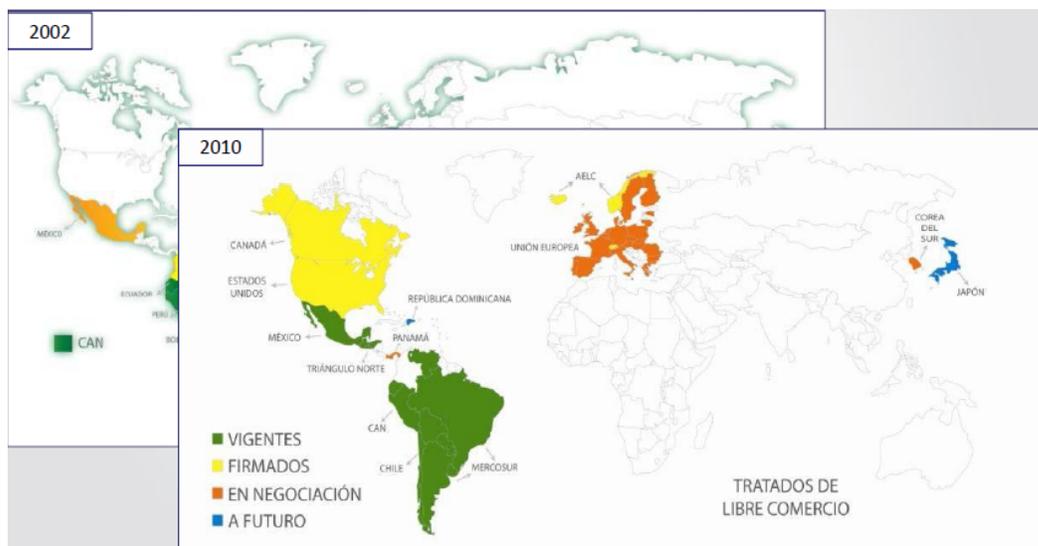
Área de libre Comercio de las Américas (ALCA).- El acuerdo de América latina constituido por 34 países democráticos tiene como fin ofrecer estabilidad jurídica con normas claras y transparentes que favorecerán los flujos de comercio e inversión eliminando las barreras arancelarias que existen entre estos países para integrar mediante un solo acuerdo de libre comercio las economías del hemisferio. El ALCA es el destino del 80% de las Exportaciones Colombianas.

Consejo Económico Cuenca del Pacífico.- Colombia pertenece al Pacific Basin Economic Council – PBEC, llamado también Club del pacífico. Incluye entre sus miembros a mas de 1000 empresas de las 20 economías miembros, a saber, Australia, Canadá, Chile, China, Colombia, Ecuador, Hong Kong,

Indonesia, Japon, Corea, Malasia, México, Nueva Zelanda, Perú, Filipinas, Rusia, Singapur, Taipei, China, Tailandia y los Estados Unidos.²⁴

Colombia paso de tener acceso preferencia de 233 millones de consumidores en el año 2002 a 1.458 millones de consumidores en el año 2010.

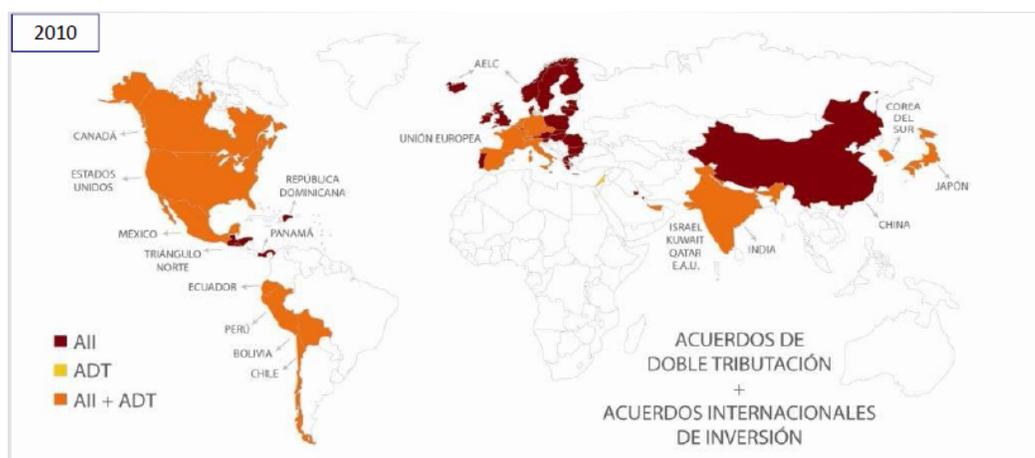
Gráfico 32:
Acuerdos Comerciales



Fuente: Invierta en Colombia – Mayo 2010

En este año Colombia se encuentra negociando 24 acuerdos internacionales de inversión con 39 Países y 21 acuerdos para prevenir la doble tributación con 2 Países.

Gráfico 33:
Acuerdos comerciales de Colombia



Fuente: Invierta en Colombia – Mayo 2010

Notas importantes:

(13 países)

- **Vigentes:** Perú (2003), España (2007), Suiza (2009).
- **Suscritos:** Perú – profundización (2007), China (2008), Bélgica – Luxemburgo (2009), India (2009), Reino Unido (2009).

²⁴ Según Negocios en el Huila – Principales acuerdos comerciales suscritos por Colombia

•**En Negociación:** Corea del Sur (cerrado pero aun no firmado), Kuwait, Japón, Alemania y Francia, las negociaciones de estos dos últimos están suspendidas debido a la aplicación del tratado de Lisboa.

ADT (16 países)

•**Vigentes:** CAN – Perú, Ecuador y Bolivia (2004), España (2008), Chile (Noviembre 2009).

•**Suscritos:** Suiza (2007), Canadá (2008), México (2009).

•**En Negociación:** Estados Unidos, Alemania, República Checa, Países Bajos, Bélgica, India, Corea, Japón, Francia y Venezuela (suspendida).

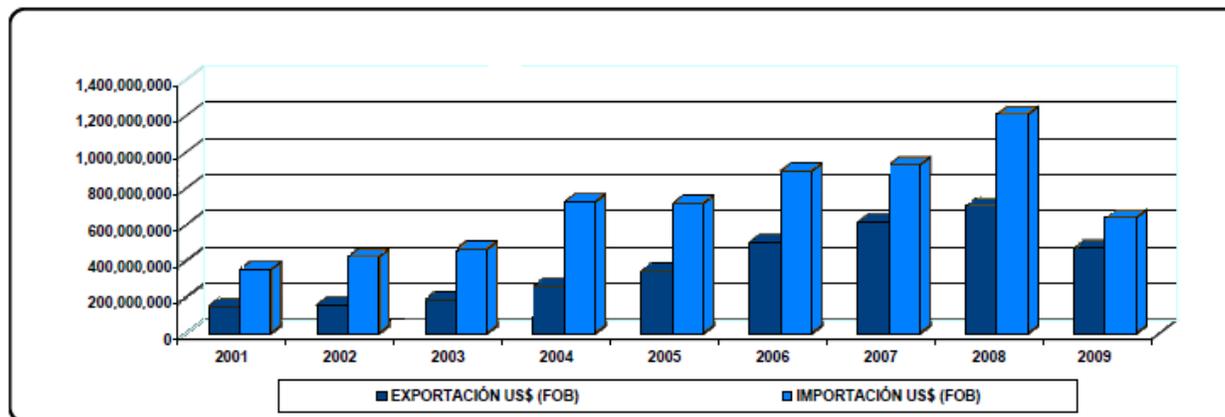
El Comercio Bilateral entre Perú y Colombia es:

Cuadro 24:
Intercambio Comercial Perú – Colombia

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Exportación US\$ (FOB)	150,997,332	157,507,768	188,729,225	261,255,529	346,605,482	503,807,402	615,229,941	706,471,279	471,150,429
Importación US\$ (FOB)	353,674,892	425,166,565	467,678,859	729,040,592	720,450,796	898,390,564	931,337,993	1,210,773,134	640,840,588
Saldo US\$	-202,677,560	-267,658,797	-278,949,634	-467,785,063	-373,845,314	-394,583,162	-316,108,052	-504,301,855	-169,690,159
Intercambio US\$	504,672,224	582,674,333	656,408,084	990,296,121	1,067,056,278	1,402,197,966	1,546,567,934	1,917,244,413	1,111,991,017

Fuente: SUNAT

Gráfico 34:
Intercambio Comercial Perú – Colombia

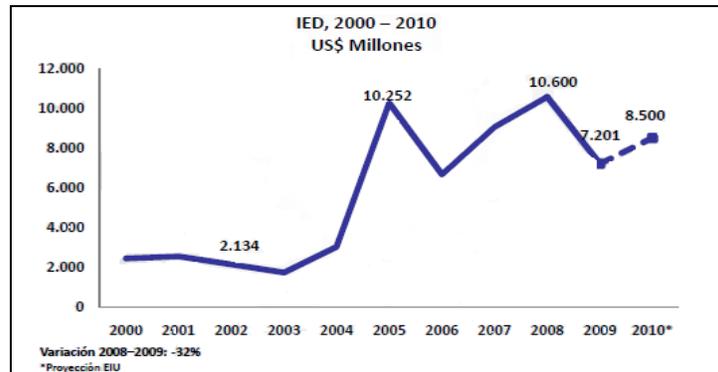


Fuente: SUNAT

4.2 Flujo de inversiones Colombia – Perú y Perú – Colombia

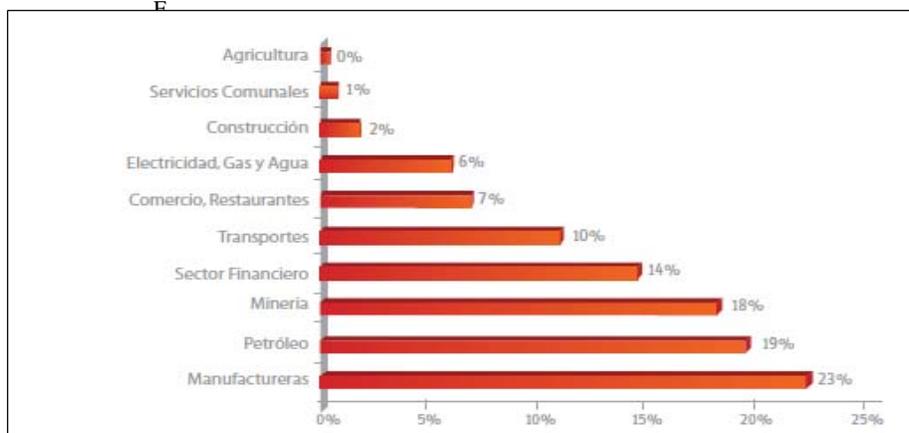
De acuerdo a estadísticas de Colombia publicadas por entidad oficial, el flujo de IED en Colombia es hoy tres veces más que hace siete años ascendiendo a US\$ 8.500 millones al año 2010.

Gráfico 35:
Inversión Extranjera Directa al 2010



Fuente: Banco de la Republica

Gráfico 36:
IED en Colombia por Sector Económico Año 2009



Central (Banco de la Republica)

El principal sector económico que recibió mayores inversiones durante el 2009 fue la industria manufacturera con una participación del 23%, le sigue el sector petrolero con 19% y el sector minero con 18%, entre otros.

4.2.1 Inversiones colombianas en Perú

Las inversiones de empresas Colombianas en Perú suman aproximadamente US\$ 1,800 millones de dólares²⁵, aunque esa cifra también muestra una tendencia a aumentar luego de los proyectos energéticos que ejecutarán Promigas, Interconexión Eléctrica (ISA) y la Empresa Energía de Bogotá (EEB). Cabe señalar que Promigas opera Cálidda Gas Natural del Perú que distribuye gas natural en Lima y Callao; EEB es el concesionario del gasoducto regional de Ica, junto a Transportadora de Gas del Interior (TGI); e, ISA se adjudicó en la víspera la concesión de la línea eléctrica Chilca - La Planicie Zapallal - Zapallal.

Por su parte, el agregado comercial de la Embajada de Colombia en Perú, Ismael Ramírez, indicó que "Existen varias compañías (colombianas) que han llegado pero que no han registrado sus inversiones y,

²⁵ Según Viceministro de Comercio Exterior en Colombia, Gabriel Duque – www.expreso.com.pe

por eso, el nivel de inversiones colombianas puede ser mucho mayor". Mencionó como ejemplo que la empresa Servientrega de carga menor y/o courier en Perú. Colombia ha invertido entre cuatro millones y cinco millones de dólares para adquirir 25 camiones que serán destinados a actividades de movimiento.

"Servientrega es una de las empresas más grandes que hay en el tema de courier y de movimiento de carga en Colombia, pero su inversión no está registrada. Entre las empresas colombianas con inversiones más representativas en Perú están Colpatría, Grupo Odinsa, ConConcreto, Bancolombia, Conciviles, Manuelita, Geo, Grupo Nacional de Chocolates, Bavaria e ISA²⁶.

Las relaciones comerciales entre Perú y Colombia marchan cada vez mejor y es por eso que en dos años Perú podría pasar del segundo lugar al primer puesto de atracción de las inversiones de Colombia en Perú. Según el viceministro de comercio Exterior de Colombia, Gabriel Duque "El año 2009 el 25% de las inversiones que los colombianos hicieron en el exterior se realizaron en Perú, a través de las oportunidades que se brindan por las concesiones, es ahí donde empresas de Colombia, como es el caso de ISA aprovechan e ingresan a ese mercado".

Cuadro 25:
Stock IED Principales Países (Millones US\$)

País 1/	2009 (p)	%
España	4,291.8	22.78%
Reino Unido2/	3,782.7	20.08%
EE.UU.	2,760.2	14.65%
Holanda	1,403.7	7.45%
Chile	1,290.1	6.85%
Panamá	929.0	4.93%
Colombia	751.1	3.99%
Brasil	487.2	2.59%
México	454.8	2.41%
Singapore	399.4	2.12%
Canadá	323.3	1.72%
Suiza	312.6	1.66%
Uruguay	224.4	1.19%
Francia	205.0	1.09%
Otros	1,225.0	6.50%
TOTAL	18,840.2	100.0%

Fuente: PROINVERSION – Perú

Como se puede observar la inversión extranjera directa de Colombia en Perú significa el 3.99% del total, con un total de US\$ 751.15 millones, a comparación del año 2008 en el cual la IED fue de US\$ 731.15. Por lo cual se observa una tendencia positiva.

Cuadro 26:
Principales sectores de IED

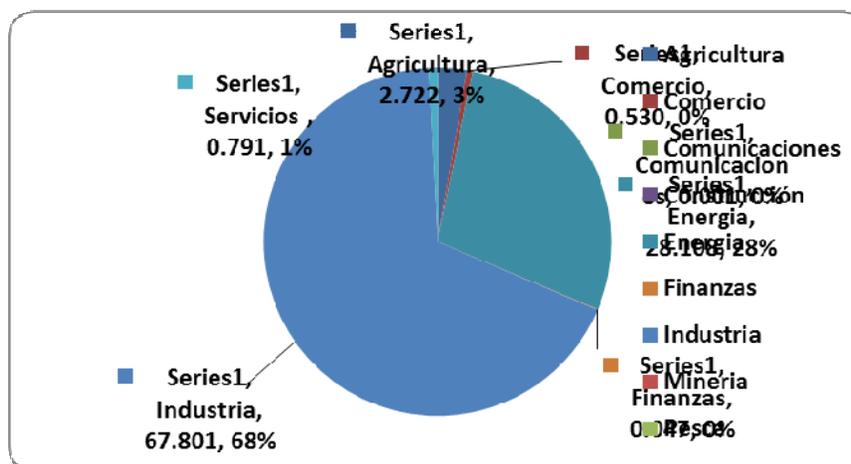
Sectores	Millones de US\$	%
Agricultura	20.45	2.722
Comercio	3.98	0.530
Comunicaciones	0.01	0.001
Construcción	0	0
Energía	211.13	28.108
Finanzas	0.35	0.047

²⁶ Andina – Agencia Peruana de Noticias

Industria	509.29	67.801
Minería	0	0
Pesca	0	0
Petróleo	0	0
Servicios	5.94	0.791
Silvicultura	0	0
Transporte	0	0
Vivencia	0	0
Total	751.15	100

Fuente: PROINVERSION

Gráfico 37:
IED de Colombia en Perú por sectores al 2009



Fuente: PROINVERSION

En el gráfico observamos que los sectores más representativos son el Sector industria con una inversión de US\$ 509.29 millones, seguido del sector energía con US\$ 211.13, el sector agricultura en el cual se invirtió US\$ 20.45, entre otros.

4.2.2 Inversiones Peruanas en Colombia

Las empresas peruanas instaladas en Colombia han invertido US\$ 300 millones de dólares a la fecha con tendencia a incrementarse²⁷, debido al potencial que ofrece dicho mercado, informó el consejero comercial de la Embajada de Perú en Colombia, Eduardo Bernal.

"La cifra de inversiones de empresas peruanas en Colombia es mucho más baja que las empresas colombianas en Perú, tan solo representamos el 0.1% de las inversiones totales que recibe Colombia (US\$ 7,200 millones al 2009), ocupando así el vigésimo quinto lugar a nivel general."²⁸

La empresa peruana AJEGROUP hizo una gran inversión para poner una planta procesadora y embotelladora de gaseosas en Bogotá para comercializar la marca Big Kola.

Otras empresas que han invertido en Colombia son Ebel para el mercado de cosméticos y el Grupo Gloria que adquirió parte de las acciones de Algarra, una importante empresa del sector de lácteos colombiana. También hay inversiones de restaurantes peruanos en Colombia como Astrid & Gastón y Rafael, que son

²⁷ Andian, Agencia Peruana de Noticias

²⁸ Empresas en Perú - <http://empresasenperu.blogspot.com>

de muchísimo prestigio y se encuentran en Bogotá, así como otros restaurantes que hay en esa y otras ciudades".

En la ciudad de Bogotá existen 12 restaurantes peruanos, mientras que en toda Colombia hay aproximadamente 24 restaurantes de origen peruano. En Medellín hay cinco, en Cali dos y así en otras ciudades hay restaurantes peruanos y varios otros estarían interesados en ingresar a Colombia porque la comida peruana tiene enorme aceptación en el paladar colombiano.

Hasta el año 2009 Perú contaba con 59 franquicias, de las que un 68% corresponde a gastronomía. En el 2010 se abrirán Los restaurantes China Wok y segundo muelle. En una proyección del 2010 al 2013 se espera que el Perú ingrese 15 franquicias más al mercado Local.

Cuadro 27:
Inversiones Peruanas en Colombia

Empresa	Año de ingreso	Inversión	Vigencia
Astrid & Gastón	2005	US\$ 7 millones	Vigente
Restaurante Nazca	2005	US\$ 1 millón	Vigente
Lounge Rafael Osterling	2007		Vigente
Ajegroup	2007	US\$ 20 millones	Vigente
Restaurante 14 Inkas	2009		Vigente
Cebichería Mancora	2009		Vigente
Topitop	2008 - 2009		Vigente
Cebichería La Mar	2010	US\$ 7 millones	Vigente

Fuente: Elaboración Propia

A continuación podemos ver el artículo publicado por un periódico en Bogotá, en cual se muestra el interés del Mercado Peruano en abrir franquicias en el País Colombiano.

Un grupo de siete empresas peruanas, seis del rubro de gastronomía y una de joyería, participó en una rueda de negocios en Bogotá, Medellín y Cartagena (Colombia) y logró acuerdos de inversión por unos US\$ 2.5 millones de dólares. Según el diario Portafolio de Colombia, son 25 inversionistas interesados en concretar negocios con las firmas que asistieron a esa cita comercial. Entre las empresas figuran Las Canastas, Bohemia, Brujas de Cachiche, así como la joyería de plata CMC Camusso.

Alessandro Benetton, Vicepresidente Ejecutivo de Benetton Group, se ha reunido en Bogotá con el Presidente de Colombia, Álvaro Uribe, con quien ha abordado diversos temas relativos a la evolución económica y social del país, centrándose en particular en el crecimiento y la garantía de las inversiones extranjeras.

Este encuentro se produce en el marco de un viaje de negocios por Latinoamérica, un continente con el que el Grupo Benetton mantiene lazos de colaboración desde hace más de 20 años. En estos días Alessandro Benetton se reunió en México con Carlos Slim Helú y Carlos Slim Domit, propietarios del grupo Sears con el que Benetton firmó el año pasado un importante acuerdo comercial.

Benetton y el Presidente Uribe debatieron los principales resultados obtenidos por Colombia en materia de seguridad y orden público, apertura a los mercados internacionales e imagen internacional del país. En el ámbito económico examinaron el panorama general de la economía colombiana, sus índices de crecimiento (entre los más elevados de Sudamérica en los últimos 20 años), y los principales sectores de inversión. Alessandro Benetton, en particular, manifestó al Presidente Uribe el interés del Grupo por desarrollar la actividad comercial del Grupo en el país.

En ese contexto de colaboración y desarrollo, Benetton cerró un significativo acuerdo comercial para Colombia con Falabella, una importante cadena sudamericana de Tiendas por departamento. Como ya hizo con éxito en Chile y Perú, Benetton abrirá 7 corners (4 dedicados a la mujer, dos al hombre, uno a los niños) dentro de los almacenes Falabella en la temporada otoño-invierno 2009. Los tres primeros, en el centro comercial Santa Fé de Bogotá, serán inaugurados precisamente por Alessandro Benetton durante este viaje. Los corners vendrán a sumarse a la red de 8 tiendas Benetton que ya operan en Colombia, y hay previstas otras aperturas para la primavera-verano 2010.

INVERSIÓN. NEGOCIOS DESDE 45.000 DÓLARES

Restaurantes peruanos abren sedes en Bogotá

MÁS DE 70 EMPRESAS EN FANYT 2009

Colombia se perfila como uno de los mejores mercados para desarrollar franquicias en América Latina y los empresarios de Perú quieren hacer parte de esta. Cientos de franquicias de restaurantes y joyería de ese país están en Colombia en busca de socios interesados en expandir sus negocios en el mercado local.

Con inversiones desde 45 mil dólares hasta un poco más de los 800 mil dólares, los empresarios nacionales podrán hacer parte de un negocio que aunque el retorno de la inversión se reduce en los años, según algunos empresarios.

Para el coordinador General del Departamento de Esperación de Servicios de la Comisión de Promoción, David Estery Muñoz, en momentos de crisis las franquicias se convierten en una alternativa segura de inversión para los empresarios interesados en aumentar sus ingresos.

Hoy, Perú cuenta con 59 franquicias, de las que 48 por ciento corresponden a gastronomía. Sin embargo, en Colombia sólo funciona la de Améd & Gastón y en 2009, abrió dos nuevas: China Wok y Segundo Maullé. Según Estery, en los próximos tres años, 15 franquicias peruanas ingresarán al mercado local.

MEDIA COMERCIAL

Los restaurantes Brijas de Cachiche, Bolsona, El Escudo del Guáto, La Carraza, El Rocoto, Punta Sal, Las Canarias, Mi Franquicia Privada y la joyería CMO by Caruso hacen parte de la sesión que busca socios extranjeros que ayuden a internacionalizar sus marcas.

La expansión de los centros comerciales es un factor que llama la atención de los empresarios extranjeros, quienes consideran que allí se pueden desarrollar sus compañías.

Es el caso de la gerente de Franquicias de la joyería CMO by Caruso, Paola Suárez, quien señala que la falta de oferta de joyas en plaza en los centros comerciales, permite que un negocio tenga probabilidad de éxito.

En cuanto a los productos nacionales, el gerente del restaurante de pollo asado Las Canarias, Miguel Ángel Castillo, señala que aunque su objetivo es convertirse en corredor de Kolorik, pero manteniendo el sabor peruano en sus preparaciones, están desarrollando pruebas que permitan darle el mismo sabor a los productores, utilizando la materia prima nacional. Esta franquicia tiene un valor de 250 mil dólares, con un retorno de la inversión en esta de tres años.

Por su parte, el gerente de Franquicias de Bohemia, especializado en comida internacional, José Quintero, señala que la sesión muestra un fenómeno de cinco tendencias que incluye restaurante, bar y discoteca y que su inversión promedio, dependiendo del tamaño del restaurante, en 300 mil dólares, con un retorno no superior a un año.

"El mercado colombiano es interesante por su crecimiento, ya que aporta como 3,6 por ciento del PIB, por lo que ofrece una oportunidad para los inversionistas".

Actualmente, en Colombia existen 430 compañías franquiciadas, que cuentan con más de 15 mil establecimientos. Según estadísticas de PromPerú, se proyecta que este tipo de negocio tenga un crecimiento anual cercano a 22 por ciento en el país.

“LAS FRANQUICIAS PERUANAS SON UNA ALTERNATIVA SEGURA PARA EMPRESARIOS COLOMBIANOS”

“ESTAMOS BUSCANDO UN OPERADOR NACIONAL QUE MANEJE LOS LOCALES EN COLOMBIA”

DAVID ESTERY MUÑOZ
Coordinador General de Esperación de Servicios

MIGUEL ÁNGEL CASTILLO
Gerente general de las Franquicias Las Canarias

Mercado de franquicias en Perú

En Unidades por año

Año	Unidades por año
2002	1
2003	1.5
2004	2
2005	2.5
2006	3
2007	4
2008	8

Fuente: PromPerú

Fuente: PromPerú – Oportunidades Comerciales para las franquicias

5. Tendencias

La actividad de la franquicia se encuentra en estos momentos en un punto de inflexión en el que se están gestando importantes cambios. Las mejoras en tecnología y sistemas de información están teniendo una influencia importante en el funcionamiento de las redes de franquicias. Además, se han creado nuevos mercados, y por supuesto, nuevas oportunidades de negocio.

- a. La tecnología será protagonista en los próximos años.

Los avances tecnológicos van a permitir dar un giro total a la manera de hacer negocios en franquicia, afectando dichas novedades a varias áreas del sistema. Desde la captación de franquiciatarios hasta la comunicación entre franquiciante y franquiciatario por medio de intranets y áreas privadas.

- b. Nuevos modelos de administración empresarial.

Se está dando paso de manera progresiva, a compañías mucho más sofisticadas desde el punto de vista de la administración y más preparadas para competir bajo la filosofía de la creación de valor añadido para generar ingresos.

- c. Crecimiento en calidad frente a cantidad.

La fase de madurez en la que se encuentra el mercado va a provocar que la lectura estadística deba hacerse de otra forma. Nos acostumbraremos a que el crecimiento del sector se manifieste en rasgos tales como el incremento de la facturación y de los franquiciatarios, más que en el incremento de redes, que incluso podría disminuir.

d. La reconversión del comercio tradicional y la reactivación de colectivos.

La popularización del sistema de franquicia va a permitir que esta fórmula de negocio sirva de solución de continuidad a un comercio tradicional con una tasa de mortandad creciente. Debido a esto, se observarán dos líneas de actuación, por un lado la reconversión de comercios independientes mediante su integración en redes de franquicias. Y por otro lado, la agrupación de comercios de un mismo gremio para acometer una transformación conjunta.

e. Evolución a centrales multiconcepto.

Las centrales de franquicia de gran crecimiento establecerán como patrón de funcionamiento habitual la diversificación de su actividad tradicional y la creación de nuevas marcas, convirtiéndose en grupos empresariales gestores de un colectivo de conceptos con los que incrementar sus índices de crecimiento.

f. Crecimiento de las oportunidades de negocio.

El concepto de franquicia se convertirá, si no lo es, en un modelo de concesión de oportunidades de negocio. La evidente falta de legislación que actúe con voluntad, crea esta realidad.

g. Adaptación de conceptos a los cambios y tendencias sociales.

Los cambios de la sociedad y las nuevas tendencias de consumo van provocar un crecimiento considerable en conceptos de negocio relacionados con la salud, el cuidado del cuerpo y la atención a personas mayores.

h. La consultoría como elemento imprescindible para franquiciar correctamente.

Cada vez son más las empresas que confían sus proyectos y buscan el asesoramiento de empresas de consultoría. Éstas ponen al servicio tanto del futuro como del actual franquiciante sus profundos conocimientos en el ámbito de la franquicia, analizando sectores y viabilidad del producto y desarrollando las estrategias necesarias para llevar a cabo el mejor crecimiento posible de la enseña en cuestión.

6. Conclusiones

Colombia, es un mercado con factores macroeconómicos positivos y en plena etapa de crecimiento, el cual ubica al rubro franquicia en una etapa apta para su evolución, en razón de ser considerados por países extranjeros como un mercado con formidable potencial para el desarrollo del sistema, en el cual el alto factor "confianza" a nivel político y económico se hacen notar. Colombia constituye un mercado dinámico para aperturar restaurantes en las principales ciudades como Bogotá, Medellín y Cali.

Aunque Colombia se encuentra en una fase de crecimiento en cuanto al sistema de franquicias, el panorama es muy positivo y optimista, pues el número de empresas nacionales que han comenzado a expandirse o piensan hacerlo a través de esta estrategia se ha incrementado, las oportunidades de franquicias en Colombia se basan en el sector servicios, especialmente en restaurantes los cuales son una gran oportunidad para empresas Peruanas que piensan ingresar al mercado Colombiano, otra buena opción serían empresas dedicadas a la venta de joyas, especialmente de plata peruana, la cual es muy cotizada en el mercado Colombiano.

De acuerdo a las cifras observadas con lo que respecta al comercio bilateral entre Perú y Colombia, podemos asegurar que flujo es dinámico y se espera que para el último semestre del 2010 la balanza comercial supere ampliamente los US\$ 189.6 millones.

Desde el punto de vista legal, la Franquicia como contrato no aparece regulado en el ordenamiento jurídico de Colombia, por lo que cabe definirla como un contrato atípico, precisamente por carecer de una regulación específica. No por no ello deja de gozar de toda la protección legal y judicial.

El sector requiere de alta inversión en conocimiento, y es este aspecto precisamente el que representa mayor dificultad para la industria puesto que el recurso humano presenta una deficiente capacitación técnica y comercial. Los centros educativos no están cumpliendo su función de orientación y preparación para que los estudiantes cumplan con las necesidades del mercado lo que genera consecutivamente tropiezos en el desarrollo de esta industria.

El gobierno debe ser un facilitador, procurando una posición arancelaria clara para así tratar de evitar alzas en las importaciones, lograr la consecución de licencias para exportar y constituir una estructura arancelaria sana para lograr importaciones de servicios y asesorías las cuales representan muy altos costos. El gobierno Colombiano tiene como objetivo generar las condiciones más favorables para la inversión extranjera y domestica.

7. Bibliografía

Cifras y datos estadísticos.

Departamento Administrativo Nacional de estadísticas - [http:// www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

Departamento Nacional de Planeación - [http:// www.dnp.gov.go](http://www.dnp.gov.go)

Presidencia de la Republica de Colombia - [http:// www.presidencia.gov.co](http://www.presidencia.gov.co)

Instituto Colombiano de bienestar familiar - [http:// www.icbf.gov.co](http://www.icbf.gov.co)

Proexport, Colombia promueve exportaciones - [http:// www.proexport.com.co](http://www.proexport.com.co)

Asociación Bancaria y de entidades financieras de Colombia – [http:// www.asobancaria.com](http://www.asobancaria.com)

Asociación Nacional de empresarios de Colombia - [http:// www.andi.com.co](http://www.andi.com.co)

Banco de la República de Colombia – [http:// www.banrep.gov.co](http://www.banrep.gov.co)

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y certificación - [http:// www.icontec.org.co](http://www.icontec.org.co)

Conceptos y comentarios

Ministerio de protección social - [http:// www.minproteccionsocial.gov.co](http://www.minproteccionsocial.gov.co)

Biblioteca Virtual del Banco de la Republica de Colombia - [http:// www.banrep.gov.co/blaavirtual](http://www.banrep.gov.co/blaavirtual)

Banco Mundial - [http:// www.bancomundial.org](http://www.bancomundial.org)

Portal de la Cepal – [http:// www.eclac.org](http://www.eclac.org)

Portal Oficial de Inversión de Colombia - [http:// www.inviertaencolombia.com.co](http://www.inviertaencolombia.com.co)

Portal Oficial – Colombia es Pasión [http:// www.colombiaespasion.com.co](http://www.colombiaespasion.com.co)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - [http:// www. mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co)

PROMPERU - <http://www.promperu.com.pe>

Tormo – Portal de franquicias - [http:// www.tormo.com.co](http://www.tormo.com.co)

8. Anexos

Anexo I: Doing Business 2009: Colombia se constituye en uno de los líderes globales en reformas normativas destinadas a mejorar el clima de negocios.

La última versión del informe Doing Business destacó el gran avance que han tenido los países de América

Latina y el Caribe en materia de reformas a la regulación de las actividades comerciales. Colombia se consolidó como el reformador número uno de la región.

Doing Business es un indicador que mide la facilidad para hacer negocios en 181 países del mundo, donde el primer lugar lo tiene el país con las mayores facilidades para hacer negocios. Un buen ranking implica que el clima regulatorio permite la fácil operación de los negocios. El ranking está conformado por 10 índices y cada uno tiene una serie de indicadores.

Ranqueo en Doing Business de países latinoamericanos

- Teniendo en cuenta la clasificación de los países de Sur América, el ranking lo lidera Chile en el puesto 40, seguido por Colombia (53), México (56), Perú (62) y Uruguay (109).
- Las principales reformas normativas realizadas por los países de América Latina y el Caribe son las dedicadas a la facilitación del comercio y las que simplifican los trámites para la apertura de una empresa. También son importantes los avances en el registro de propiedades y en pago de impuestos.
- En términos de clasificación, las economías de América Latina y el Caribe se ubican en promedio en el lugar 92 de 181 países lo cual ubica a la región en el quinto lugar superando a Asia Meridional y África Subsahariana, que tuvieron clasificaciones promedio de de 111 y 138 respectivamente.
- Aunque América Latina y el Caribe se mantiene en los últimos lugares entre las regiones que han logrado avances en la normatividad para la facilitación de negocios, el Doing Business 2009 destaca el incremento del 12% en el número de países con al menos una reforma positiva. Mientras en 2007 el 38% de las economías registraron al menos una reforma, en 2008 el 50% de los 32 países de la región avanzaron en reformas.
- Colombia y República Dominicana fueron los únicos países de América Latina y el Caribe que estuvieron entre los 10 que concentraron el mayor número de reformas a nivel mundial. República Dominicana avanzó en 4 de las 10 áreas al realizar amplias reformas tributarias. Esto le permitió escalar 13 puestos al ubicarse en el lugar 97.

Colombia: ranqueo y mejoras 2008

Colombia: Mejoró 13 posiciones de la 66 en el año 2008 a 53 en el año 2009 en ranking "Doing Business", este aumento se dio por una mejora en los siguientes 5 de 10 sub-índices de "Apertura de un negocio", "Manejo de permisos" de construcción, "Contratar trabajadores", "Pago de impuestos" y "Comercio transfronterizo".

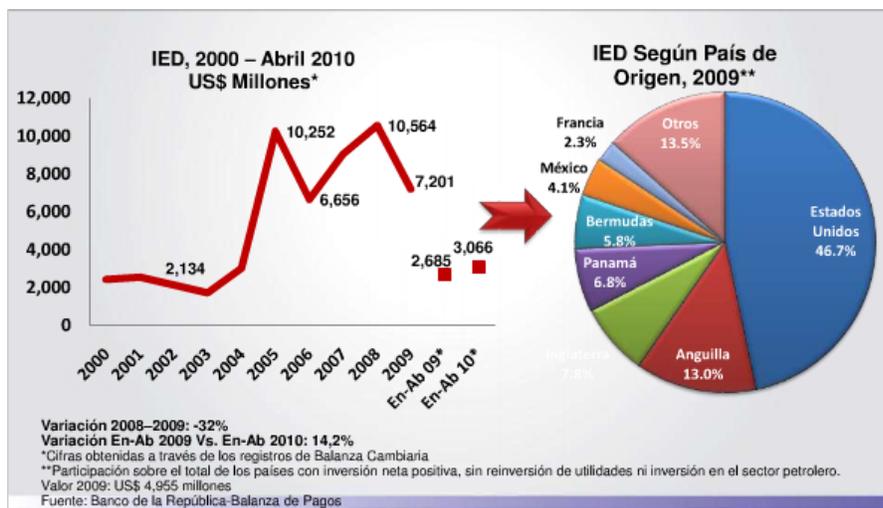
DOING BUSINESS- COLOMBIA 2008-2009

SUBINDICE	2008	2009	VARIACIÓN	MOTIVO
Apertura de un negocio	91	79	+12	Se mejoró en el número de procedimientos y la duración para crear una compañía.
Manejo de permisos	62	53	+8	Se redujo el número de procesos y el número de días para sacar los permisos de construcción.
Contratar trabajadores	88	80	+8	Se mejoró la rigidez del índice de contratación.
Registro de propiedades	74	78	-4	Colombia no realizó reforma en este índice sin embargo otros países tomaron medidas positivas.
Obtención de crédito	51	59	-8	Colombia no realizó reforma en este índice sin embargo otros países tomaron medidas positivas.
Protección a los inversionistas	19	24	-5	Colombia no realizó reforma en este índice sin embargo otros países tomaron medidas positivas.
Pago de impuestos	169	141	+21	La variación en este índice se debió a la reducción en el número de horas y número de pagos que toca hacer en el pago de impuestos, así como la reducción de la tasa del impuesto.
Comercio transfronterizo	112	96	+16	La variación en este índice se debió a la reducción en el número de días que toma el procedimiento para la importación y la exportación de mercancías.
Cumplimiento de contratos	150	149	+1	Colombia no realizó ninguna reforma sin embargo mejoró una posición.
Cierre de una empresa	28	30	-2	Colombia no realizó reforma en este índice sin embargo otros países tomaron medidas positivas.

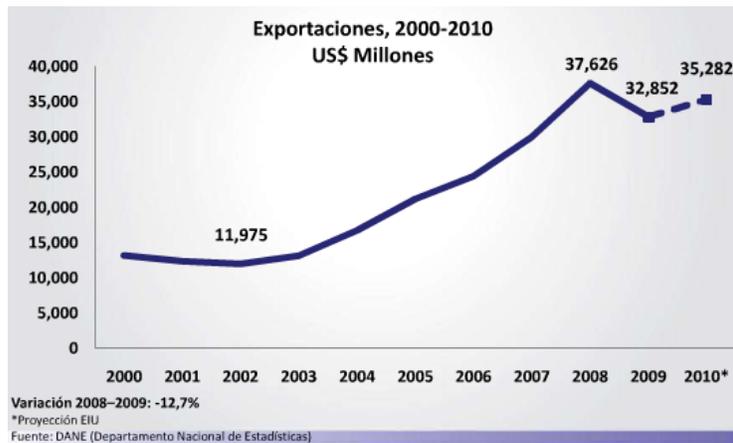
Que se está haciendo en Colombia para el 2009

- En el 2008 Colombia mejoró el ámbito de la inversión extranjera de portafolio eliminando una barrera para el ingreso de capitales del exterior a la bolsa colombiana de valores.
- Adicionalmente en el Congreso está cursando un proyecto de ley que crea una sociedad anónima simplificada. Esto se traduce en un beneficio ya que la sociedad puede ser creada por una sola persona natural o jurídica. Lo podría reflejarse como algo positivo en el índice de Apertura de un negocio.

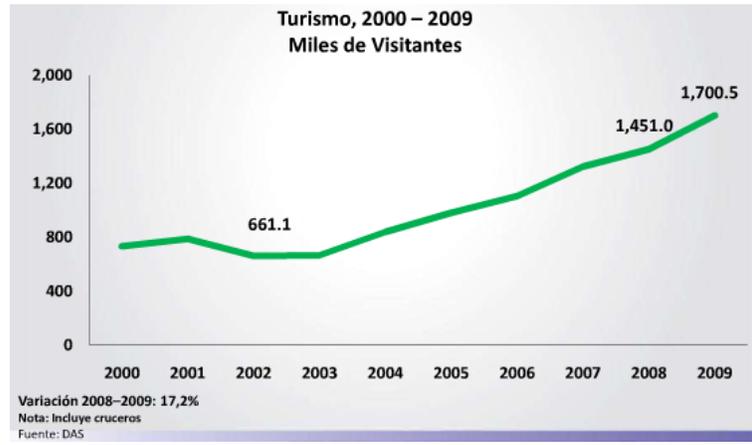
Anexo II: Inversión Extranjera Directa
 La inversión extranjera directa es hoy tres veces mayor que hace siete años.



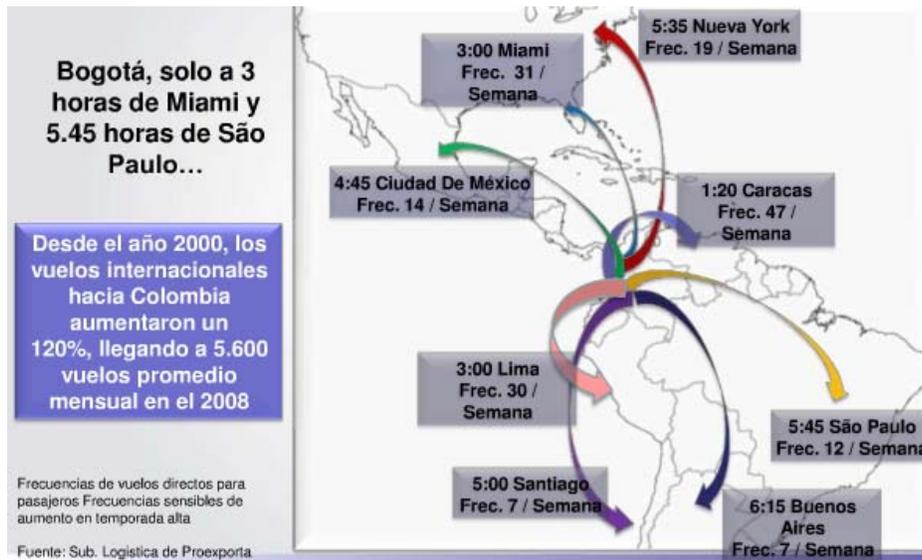
Anexo III: Exportaciones del 2000 al 2010



Anexo IV: Turismo del 2000 – 2009



Anexo V: Posición geográfica privilegiada de Colombia



Anexo VI: Noticias de Interés**Siete franquicias peruanas esperan arranque de negocios con inversionistas en Bogotá, Medellín y Cartagena.-**

Se trata de seis marcas de gastronomía y una joyería, que apoyas por la Comisión de promoción del Perú para la exportación y el turismo (Promperú) realizaron una rueda de negocios en Bogotá.

En ese certamen se llegó a acuerdos que estiman una inversión cercana a los 2,5 millones de dólares, según promperú, Cartagena es el destino ideal para marcas de restaurantes Peruanos por el fácil acceso a los pescados y mariscos, insumos básicos para los platos peruanos.

Los empresarios que visitaron Bogotá cuentan con una experiencia de más de 20 años en el desarrollo de sus negocios, con rentabilidad demostrada, y garantizaron altas tasas de retorno, de entre el 30 y el 35 por ciento sobre la inversión inicial.

Como resultado de la rueda de negocios, hay 25 inversionistas interesados, que se encuentran en etapa de evaluación para la localización del local y cerrar la negociación. La estimación de los posibles acuerdos comerciales plantea una inversión cercana a los 2,5 millones de dólares, informó David Ederly Muñoz, Coordinador General del Departamento de Exportación de Servicios de Promperú.

Fuente: Información tomada por masfranquicias de www.portafolio.com.co

Las Ventajas y Desventajas de la Franquicia

¿Cuáles son las ventajas de una franquicia?

Un emprendedor al empezar su negocio en franquicias tiene más oportunidades de ser exitoso que un emprendedor independiente, ya que obtiene ayuda, apoyo y consejos los cuales muchas veces lo llevarán a evitar los errores recurrentes en la gestión de una empresa joven.

No obstante, no se puede garantizar el éxito con un contrato de franquicias y es necesario soportar los riesgos comunes y corrientes ligados a la gestión del fondo de comercio, de la misma manera que lo hace un empresario independiente.

El franquiciatario o franquiciado es dueño del fondo de comercio y de su clientela, por lo tanto puede disponer o cederlos libremente.

El franquiciador, por su parte, se reserva con frecuencia la posibilidad de quitar o mantener su marca en función de la calidad de la explotación de empresario.

¿Cuáles son los inconvenientes de la franquicia?

La inversión inicial ligada a la creación de una empresa en franquicias puede parecer mucho más elevada en comparación con la inversión inicial de un negocio independiente. Aunque los gastos ligados a la creación sean los mismos ya sea la compra de un fondo de comercio, trabajo, stocks, etc. Para entrar dentro de una red de franquicia es necesario pagar al franquiciante o franquiciador una cuota de entrada, en virtud del estudio de comercio, su apoyo y presencia durante la creación y puesta en marcha del negocio, etc.

Gracias a esta ayuda, el empresario puede evitar gastos innecesarios que podría haber hecho si se hubiera lanzado solo. Algunos franquiciantes / franquiciadores pueden tener ciertas exigencias más específicas en lo que conciernen las obras del local o su ubicación, que los emprendedores independientes.

Ademas de la cuota de entrada, existe también la retribución que los franquiciatarios/ franquiciados deben pagar a los franquiciantes/ franquiciadores. Esta redistribución se calcula en base al monto de la facturación y durante todo el periodo de explotación de la marca o del concepto. Esta disminuye un poco el margen del emprendedor pero la utilización de una marca conocida facilita el crecimiento del monto de la facturación.

Dentro de la franquicia, el sentimiento de independencia total existe mucho menos, ya que el franquiciador / franquiciante esta ahí para ayudarle con su negocio. De igual forma, su abastecimiento deberá hacerse con frecuencia a través de su franquiciador / franquiciante, el cual, según el contrato, imponerle la exclusividad de marca.

Fuente: Franchisekey

Impuestos para el 2010

La DIAN expidió el documento que contiene la actualización de los impuestos nacionales para el año que viene. De acuerdo con la Dian, en 2.332.725 pesos mensuales quedó sentada la base para calcular la retención en la fuente que regirá a partir de 2010

Aquellos sujetos a este tipo de anticipo serán, entonces, quienes tengan un salario mensual igual o mayor a los 3.463.000 pesos.

Calendario

Los grandes contribuyentes deberán pagar renta en cinco cuotas distribuidas del 9 al 22 de febrero la primera, del 13 al 26 de abril la segunda (donde se realizarán la declaración y el pago), del 9 al 23 de junio la tercera, del 10 al 24 de agosto la cuarta y del 8 al 22 de octubre la cuota final.

Para el resto de personas jurídicas las fechas quedaron establecidas entre el 13 y el 26 de abril, la primera cuota para declaración y pago, y la último pago, entre el 9 y el 23 de junio.

En cambio, las personas naturales únicamente declararán y pagarán renta del 2 al 30 de agosto de 2010, según sean los dos últimos dígitos del NIT de cada una.

El impuesto al patrimonio también se pagará en dos cuotas. La primera, en la que se debe declarar, va del 11 al 25 de mayo; y la segunda, del 8 al 21 de septiembre.

Para los precios de transferencia, la presentación de la declaración individual podrá hacerse entre el 9 y el 23 de julio, mientras que la declaración consolidada se deberá presentar el 29 o el 30 del mismo mes.

Retención en la fuente

Según el comunicado de prensa expedido por la Dian, de acuerdo con las disposiciones tributarias de fin de año que regirán en 2010, los asalariados cuya base de retención en la fuente sea superior a \$2.332.725 mensuales, serán sujetos del anticipo del impuesto por ingresos laborales. Dicha retención será el propio impuesto de renta de los no declarantes y el anticipo del mismo impuesto para los declarantes.

El comunicado agrega que la base gravable de retención es el resultado de restar a la totalidad de los ingresos laborales, los ingresos no gravados, como los aportes obligatorios a salud (4%) y a pensión (4.875%) y la renta exenta del 25 % calculada sobre los ingresos gravados. Esto significa que en la práctica son responsables de la retención los asalariados cuyos ingresos sean iguales o superiores a \$3.463.000 mensuales, que luego de aplicar los citados beneficios tributarios tengan como base de retención un valor superior a \$2.332.725 mensuales o 95 UVT (Unidades de Valor Tributario).

Por otra parte, siguen siendo deducibles para el empleador y no constituyen ingreso para el trabajador, los pagos por concepto de alimentación, siempre que el salario del trabajador no exceda de 360 UVT, es decir \$8.840.000, y que los pagos por dicho concepto no excedan mensualmente las 41 UVT, es decir, \$ 1.007.000. No constituyen renta, ni ganancia ocasional, los aportes voluntarios a Fondos de Pensiones, siempre que sumados con los aportes obligatorios y los aportes a cuentas de ahorro AFC, no excedan del 30% de los ingresos laborales anuales.

La Dian explica que, dichos aportes voluntarios deberán permanecer en el Fondo como mínimo 5 años. En caso contrario, los retiros estarán sometidos a Retención en la fuente. No se someten a retención en la fuente si se retiran antes de los cinco años para adquisición de vivienda financiada, o no, para apago de la cuota inicial o de créditos hipotecarios. Los certificados que el asalariado vaya a utilizar para disminuir su base de retención deberán ser expedidos por los empleadores y demás entidades, a más tardar el 17 de marzo de 2010.

Sinergias empresariales entre Perú y Colombia

Una delegación de siete empresas peruanas de software quiere establecer contactos con empresarios colombianos para generar negocios en ambas vías. Además, le apuestan a franquicias de negocios de comidas y joyerías en el País.

La embajada del Perú en Colombia y la Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el turismo, PROMPERU vienen trabajando en un proceso de internacionalización de productos de software dirigidos al sector financiero, retail y comercio. "La estrategia comercial consiste en generar alianzas con las empresas colombianas para que puedan comerciar sus productos en ambos mercados", afirmó David Ederly, Gerente de Exportación de Servicios de PROMPERU.

En 2009, el crecimiento de la economía colombiana fue cero, mientras que el de la Peruana se acercó al 3,5% de acuerdo con el FMI. Con una economía abierta, TLC con Estados Unidos y Visión al Asia, le dan una ventaja al País Inca.

Se espera que para el 2012 las empresas peruanas de software en Colombia crezcan en un 60%. Actualmente, en el mercado local existen 10 compañías entre las cuales están Visualsoft, Novatronic, Medisys Internacional y GMD. Este año entrarían al mercado 6 más.

Aunque la competencia es intensa, las soluciones de estas empresas van dirigidas a nichos de mercado específico. "Las empresas peruanas están enfocadas a ofrecer elementos diferenciadores para poder garantizar su posicionamiento. Por otra parte actualmente se han suscrito acuerdos para participar conjuntamente en licitaciones de más de US\$ 3 millones, afirmo el gerente de exportaciones y de servicios.

La meta para este año es abrir una oficina corporativa con la asistencia de las empresas peruanas ya instaladas en el País, que ayuden a la generación de sinergias con las empresas colombianas. " la presencia en Colombia es importante", resalto David Ederly.

La facturación total del mercado de software peruano supera los US\$ 163 millones. Mientras que sus exportaciones en el 2009 ascendieron a US\$ 16 millones, facturados en más de 16 mercados. La perspectiva para el 2010 es que este monto se incremente en un 15%, principalmente en la atención de los mercados de América del Sur, Europa y Estados Unidos.

¿Qué viene?

De acuerdo con David Ederly, en septiembre de este año, se va a realizar una misión comercial con el fin de poder promocionar en servicios, franquicias y joyerías. " En este País la comida peruana es bien apetecida y nos interesa franquicias en este sector. De igual manera estamos viendo oportunidades de mercado en ciudades turísticas como Cartagena", Comentó.

Fuente: http://www.dinero.com/negocios-online/comercio-exterior/sinergias-empresariales-entre-peru-colombia_72896.aspx
06.11.2010

Perú será el primer país de inversiones colombianas

Comercio de Colombia con Perú (Millones US\$)		
	Exportaciones	Importaciones
2005	710	332
2006	692	498
2007	806	586
2008	855	700
2009	788	596
2010 (enero - junio)	533	344

Fuente: Viceministerio de Comercio Exterior de Colombia

Intercambio comercial llegará a los US\$ 1,800 millones este año.

Bogotá (Fabiana Sánchez Di Natale, enviada especial).- Las relaciones comerciales entre Perú y Colombia marchan cada vez mejor y es por eso que en dos años Perú podría pasar del segundo lugar al primer puesto de atracción de las inversiones del mencionado país, informó a EXPRESO el viceministro de Comercio Exterior de Colombia, Gabriel Duque.

“El año 2009 el 25% de las inversiones que los colombianos hicieron en el exterior se realizaron en Perú, a través de las oportunidades que se brindan por las concesiones, es ahí donde empresas de Colombia, como es el caso de ISA aprovechan e ingresan a ese mercado”, comentó.

Por su parte el embajador de Perú en Colombia, Jorge Voto Benavides, manifestó que este año el comercio bilateral entre ambos países podría incrementarse a US\$ 1,800 millones, cifra superior a los US\$ 1,400 millones que se registraron en el 2009.

“Hace 15 años se visualizó a Asia para impulsar el crecimiento, ahora esa zona representa la cuarta parte de nuestras exportaciones, principalmente a la China, lo mismo puede pasar con Colombia, a quien Perú está apoyando para que participe del APEC”, manifestó Voto Benavides.

Ante esto, de acuerdo a cifras proporcionadas por Duque en el primer semestre del año el intercambio ya viene registrando un crecimiento del 40%.

Así, las exportaciones de Colombia a Perú registraron US\$ 533 millones, un 41% más de lo que se registró en el mismo periodo del 2009 e impulsadas principalmente por los envíos de aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, papeles, carbón, entre otros.

En cuanto a las importaciones peruanas a Colombia, pasaron de US\$ 292 millones entre enero y junio del 2009 a US\$ 344 millones en el presente año, impulsadas por el alambre de cobre refinado, café sin tostar y descafeinado, zinc bruto sin alear, preparaciones para alimentación de animales, caña de azúcar, perfume, entre otros.

Flujo de turismo

Uno de los sectores que también está creciendo en la relación entre ambos países es el del turismo, pues según informó el viceministro de Comercio Exterior colombiano el flujo de turistas ha pasado de ser 25,000 hace algunos años atrás a 75,000 aproximadamente.

Así de acuerdo a las cifras que otorgó, en el 2009 llegaron 77,700 peruanos a Colombia, lo cual significó un crecimiento de 5,74% con respecto al 2008.

Actualmente Perú ocupa el puesto 21 de las inversiones que se realizan en Colombia.

Fuente: www.expreso.com.pe