

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2012

Guía de Mercado



Colombia

prom
perú

Contenido

- 1. Información General**
- 2. Situación económica y de coyuntura**
 - 2.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas**
 - 2.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos**
 - 2.3. Nivel de Competitividad**
- 3. Comercio Exterior de Bienes y Servicios**
 - 3.1. Intercambio Comercial de Colombia con el Mundo**
 - 3.2. Intercambio Comercial de Colombia con el Perú**
- 4. Acceso al Mercado**
 - 4.1. Medidas Arancelarias**
 - 4.2. No Arancelarias**
 - 4.3. Otros Impuestos Aplicados al Comercio**
 - 4.4. Distribución y Transporte de Mercaderías**
- 5. Oportunidades Comerciales**
 - 5.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales**
 - 5.2. Productos con Potencial Exportador**
- 6. Tendencias del Consumidor**
- 7. Cultura de Negocios**
- 8. Contactos de Interés**
- 9. Eventos Comerciales**
- 10. Bibliografía**

Resumen ejecutivo

Colombia posee una de las economías más sólidas e importantes de América Latina (tercera en población y quinta en PBI). Este país, pese a la crisis económica mundial, registró variaciones positivas del PBI a lo largo de éstos últimos diez años, y en promedio anual creció 4.5% en ese periodo.

El año 2011, el PBI colombiano aumentó 5.9% por el dinamismo de la demanda interna, enfocado en una mayor inversión en capital fijo. Mostro la mayor expansión anual en cuatro años, impulsada por la inversión en diferentes sectores, incluyendo la construcción.

Las importaciones colombianas aumentaron a una tasa anualizada de 13.5% entre los años 2007 y 2011. Estas adquisiciones sumaron US\$ 54,675 millones el año pasado, lo cual representó un aumento de 34.4 % con respecto a 2010. Los cinco principales países proveedores fueron Estados Unidos (25.0%), China (15.0%), México (11.1%), Brasil (5.0%), Alemania (4.1%), y nuestro país explicó 1.9% de estas compras.

El comercio entre Perú y Colombia totalizó US\$ 2,464 millones en 2011, es decir 18.7% más que el año anterior. Este comercio ha sido permanente deficitario para el Perú y, en 2011 tuvimos una balanza negativa de US\$ 375 millones. Las ventas peruanas a Colombia se incrementaron 14.1% en promedio anual en los últimos cinco años, y las adquisiciones nacionales desde ese país lo hicieron en 11.1% en promedio cada año.

El año pasado, las ventas peruanas a Colombia ascendieron a US\$ 1,045 millones, con lo cual registraron un aumento de 30.9% respecto a 2010. Del total exportado, 79.1% correspondió a productos no tradicionales, los cuales sumaron US\$ 826 millones de ventas y registraron 19.4% de variación con relación al año 2010.

Los sectores no tradicionales con mayores valores de venta a Colombia, en 2011, fueron sidero-metalúrgico (US\$ 235 millones), químico (US\$ 204 millones), textil (US\$ 108 millones) y agropecuario (US\$ 108 millones). Por otro lado, los productos químicos (US\$ 40 millones adicionales), agropecuarios (US\$ 25 millones), textiles (US\$ 20 millones) y sidero-metalúrgicos (US\$ 16 millones) tuvieron incrementos significativos en sus exportaciones al mercado colombiano.

Colombia brinda importantes oportunidades de negocio a los productos peruanos, porque es una de las economías de América Latina con mayor estabilidad y crecimiento en los últimos años. Por otro lado, existe un idioma común y, gustos y costumbres similares con los consumidores y empresarios colombianos; y en el marco de la CAN los productos peruanos tienen arancel cero y otras facilidades para ingresar a este mercado.

Es por ello que a través de visitas y entrevistas a potenciales compradores colombianos se han identificado productos peruanos con posibilidades de ventas en este país. Estos productos son en **alimentos**: frutas (uvas red globe, cítricos), pescado (caballa, merluza, mero, perico) y carne de ave fresca (pavo), conservas de pescado (sardinas); **confecciones**: prendas de vestir de tejido de punto de algodón (ropa deportiva, pijamas, sueters, ropa para bebés y niños); **materiales y acabados para la construcción**: mármol, pisos de madera, productos de acero y pisos y revestimientos cerámicos.

La metodología CEPAL, también, ha permitido identificar productos de la oferta peruana con potencial en este mercado. Los calificados como **estrellas** (aumento y participación importante en importaciones colombianas) son galletas dulces, chocolates, cacao en grano, tomates preparados, alimentos para perros o gatos, atún en conserva, tejidos de punto con hilados de elastómeros, mantas de fibra sintética. Mientras que los productos **prometedores** (aumento importante de importaciones colombianas) son anchoas en conservas, tejidos de punto de algodón teñido y demás conservas de pescado.



1. Información general

Colombia se encuentra en la parte noroccidental de América del Sur. Tiene costas en el Océano Atlántico (1,600 Km) y el Océano Pacífico (1,300 Km); además limita con Venezuela y Brasil al este, con Perú y Ecuador al sur, y con Panamá al noroeste.

El territorio colombiano es de 1,141,750 Km²; y además de la zona continental está comprendido por el archipiélago San Andrés y Providencia en el mar Caribe, y otras islas.

Este país se divide administrativamente en 32 departamentos, además del Distrito Capital (Bogotá D.C.). Por otro lado, el idioma oficial es el castellano; y en los negocios se utilizan tanto este idioma como el inglés.

Colombia es un país de 45.5 millones de personas, el cual se caracteriza por su desarrollo urbano. El 70% de la población colombiana es urbana y, más de 30 ciudades distribuidas en todo el país cuentan con poblaciones superiores a 100 mil habitantes, las cuales son polos de desarrollo regional. Las ciudades colombianas que destacan por su población y desarrollo son Bogotá D.C., Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, Santa Marta, Manizales, Pereira, Armenia, Bucaramanga, Cúcuta, Neiva, Ibagué, entre otras¹.

Bogotá D.C alberga a 7.3 millones de personas y, contribuye con el 25.0% del PBI y el 36.3% de las importaciones nacionales. Por su parte, Medellín, capital del departamento de Antioquia, tiene un área metropolitana de 3.5 millones de habitantes y, explica 8.4% del PBI; además debemos considerar que el total del departamento de Antioquia representa 14.4% del PBI y 11.8% de las compras externas de Colombia².

La población colombiana es relativamente joven: el 28.6% tiene menos de catorce años y solo un 4.4% de las personas que habitan el país ha pasado de los sesenta años. Además, la población es étnicamente diversa como la mayoría de países de la región y está constituida por mestizos (58%), blancos (20%), mulatos (14%), afroamericano (4%) e indígenas (3,4%); y existe una fuerte presencia de inmigrantes principalmente de origen árabe, judíos (la comunidad judía está representada por más de 50,000 habitantes) y chinos.

Con respecto a la religión, el 90% de la población cree en el catolicismo mientras que las demás creencias representan el 10% restante. El idioma oficial es el castellano y en los negocios se emplean tanto el castellano como el inglés; sin embargo, existen cerca de 70 lenguas nativas en Colombia empleadas por alrededor de 445,000 personas³.

¹DANE – Colombia. Portal de Turismo - Colombia

²DANE – Colombia. América Economía. Business Monitor

³ CIA

2. Situación económica y de coyuntura

2.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas⁴

Colombia posee una de las economías más grandes y sólidas de América Latina. El PBI de Colombia registró variaciones positivas todos los años de la década pasada, pese a la crisis económica mundial; y en promedio anual esta economía creció 4.5% entre los años 2001 y 2011.

El año 2011, el PBI de Colombia aumentó 5.9% por el dinamismo de la demanda interna, enfocado en una mayor inversión en capital fijo. Este agregado mostro la mayor expansión anual en cuatro años, impulsado por la inversión en diferentes sectores, incluyendo la construcción. Además, la inflación permanece controlada, después que en los meses previos a la crisis internacional existía una preocupación por los niveles que alcanzó en este país.

Asimismo, el PBI per cápita mantiene una tendencia creciente y no registró una disminución en los años de crisis económica internacional. En el año 2011, la tasa de desempleo se situó en 10.8%, segundo año consecutivo que muestra una disminución este indicador.

Cuadro N° 1: Colombia
Evolución de los indicadores macroeconómicos
2007 – 2011

Indicadores	2007	2008	2009	2010	2011
PBI (variación %)	6.9	3.5	1.7	4.0	5.9
PBI Per cápita (US\$)	4,722	5,493	5,203	6,295	7,235
Desempleo (variación %)	11.2	11.3	12.0	11.8	10.8
Inflación (variación %)	5.7	7.7	2.0	3.2	3.7

Fuente: DANE

Cabe destacar que las ramas de actividad económica que tuvieron una mayor variación positiva en la economía colombiana durante el año 2011 fueron: explotación de minas y canteras (14.3%), transporte y comunicaciones (6.9%), construcción de obras civiles (6.5%), comercio, restaurantes y hoteles (5.9%), industria manufacturera (3.9%). El sector agropecuario fue el único que disminuyó en el último trimestre debido a una menor producción de café.

• Tipo de cambio

La unidad monetaria es el peso colombiano (COP). Las equivalencias monetarias en términos del dólar norteamericano USD (Unidad Monetaria de los Estados Unidos) y de los nuevos soles PEN (Perú) se indican en cuadro adjunto⁵.

⁴Banco de la República de Colombia – Informe sobre la inflación 2010

⁵ Para mayor información: www.xe.com

[Mid-market](#) rates: 2012-11-09 19:15 UTC

1.00 USD=1,819.47 COP

[US Dollar](#) [Colombian Peso](#)

1 USD = 1,819.47 COP 1 COP = 0.000549610 USD

[Mid-market](#) rates: 2012-11-09 19:17 UTC

1.00 PEN = 698.479 COP

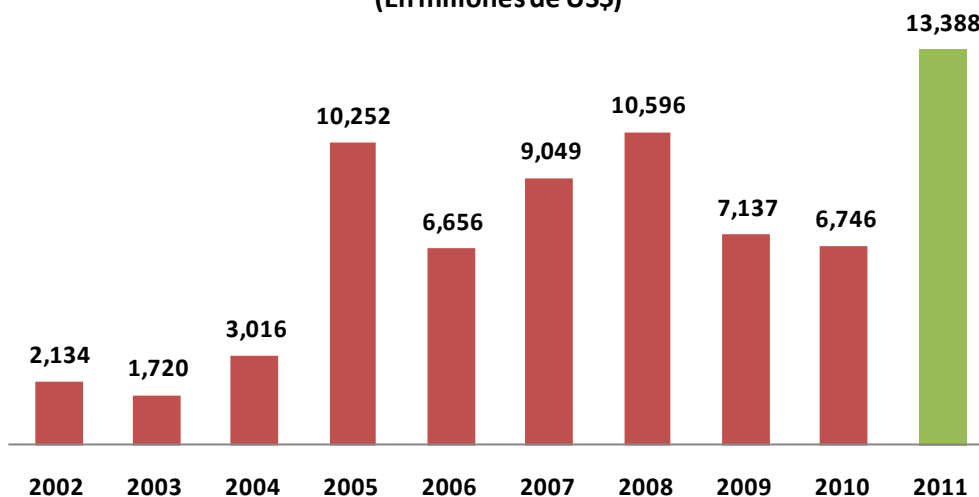
[Peruvian Nuevo Sol](#) [Colombian Peso](#)

1 PEN = 698.479 COP 1 COP = 0.00143168 PEN

• Inversión extranjera

La IED en Colombia registró US\$ 13, 388 millones en el año 2011, cifra máxima a lo largo de los últimos diez años, mostrando una tendencia creciente acelerada con respecto a los dos años anteriores. Ocupó el quinto puesto a nivel mundial donde más creció la IED en el 2011, teniendo como foco de inversión el sector petrolero.⁶

Gráfico N°1
Colombia: Inversión Extranjera Directa 2002-2011
(En millones de US\$)



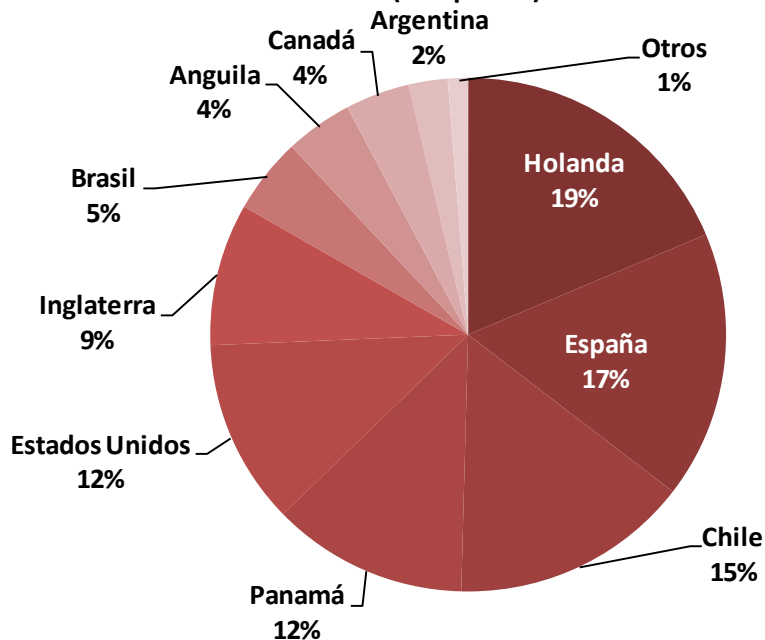
Fuente: Banco de la República

En el 2011, Holanda, España, Chile y Panamá fueron los principales países inversionistas en Colombia con un valor invertido de US\$ 810 millones, US\$ 733 millones, US\$ 651 millones y US\$ 533 millones, respectivamente .

Los sectores que concentraron la IED en Colombia fueron petrolero (37% del total), minas y canteras (19%), comercio, restaurantes y hoteles (17%), transportes, almacenamiento y comunicaciones (13%), manufacturas (4%).

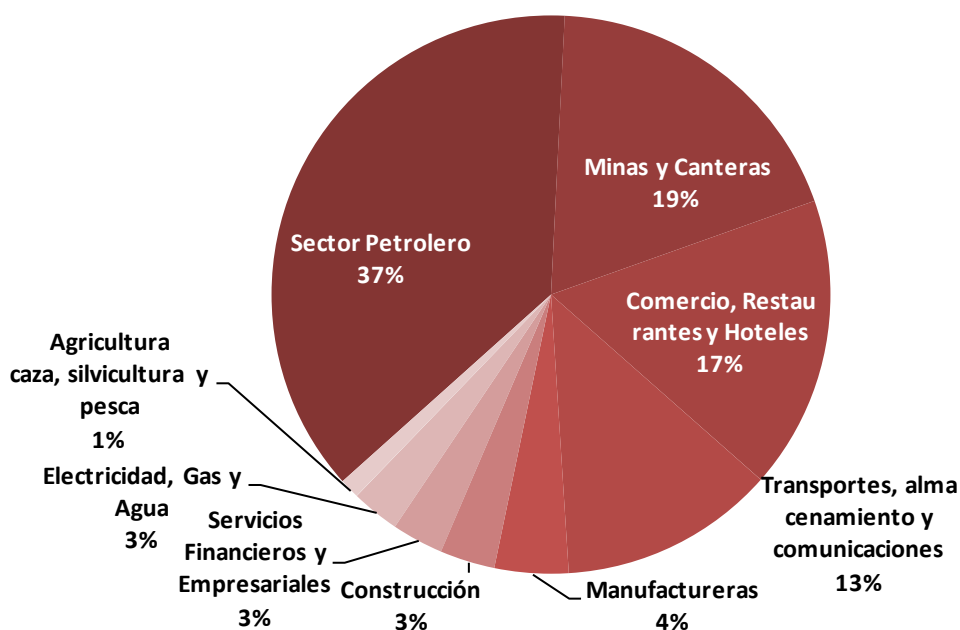
⁶ United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)

Gráfico N°2
Colombia: Inversión Extranjera Directa 2011
(Por países)



Fuente: Banco de la República

Gráfico N°3
Colombia: Inversión Extranjera Directa 2011
(Por Sectores)



Fuente: Banco de la República

2.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos⁷

La industria manufacturera representó 14.0% del PBI colombiano el año 2011, mientras que el sector agropecuario lo hizo con 7.0% y la construcción con 6.7%.

En el caso de los servicios los sectores más representativos fueron establecimientos financieros, seguros y servicios a empresas (21.4 %), servicios sociales, comunales y personales (16.9%), además de comercio, restaurantes y hoteles (13.3%).

**Cuadro Nº 2: Colombia PBI sectorial
Participación en el PBI (%)**

Sectores	2007	2008	2009	2010	2011
Agropecuario	7.9	7.6	7.4	7.2	7.0
Explotación de Minas y Canteras	6.3	6.7	7.3	7.9	8.5
Industria Manufacturera	15.6	15.2	14.3	14.2	14.0
Electricidad, Gas y Agua	4.2	4.1	4.1	4.0	3.9
Construcción	6.5	6.9	7.1	6.7	6.7
Comercio, restaurantes y hoteles	13.4	13.3	13.0	13.2	13.3
Transporte, Almacenamiento y Comunicación	8.1	8.2	7.9	8.0	8.1
Establecimientos financieros, seguros y servicios a empresas	21.0	21.2	21.5	21.3	21.4
Servicios sociales, comunales y personales	16.9	16.7	17.1	17.3	16.9
TOTAL	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Fuente: Banco de la República – DANE

2.3 Nivel de Competitividad

Según la clasificación global del *Doing Business* (Facilidad de hacer negocios), entre 185 economías, Colombia se encuentra en la posición 44^o y el Perú en la 43^o. Con este resultado, Colombia disminuyó cinco posiciones con respecto a 2011, debido principalmente a la pérdida de competitividad en temas como obtención de crédito (bajó 2 posiciones), protección de inversores (bajó 1 posición) y cumplimiento de contratos (bajó 1 posición).

El Perú bajó 7 posiciones con relación al año pasado, fundamentalmente por la pérdida de competitividad en manejo de permiso de construcción (bajó 7 posiciones), obtención del crédito (bajó 8 posiciones), comercio transfronterizo (bajó 5 posiciones), cumplimiento de contratos (bajó 5 posiciones) y pago de impuestos (bajó 1 posición).

⁷Banco de la República en ICEX

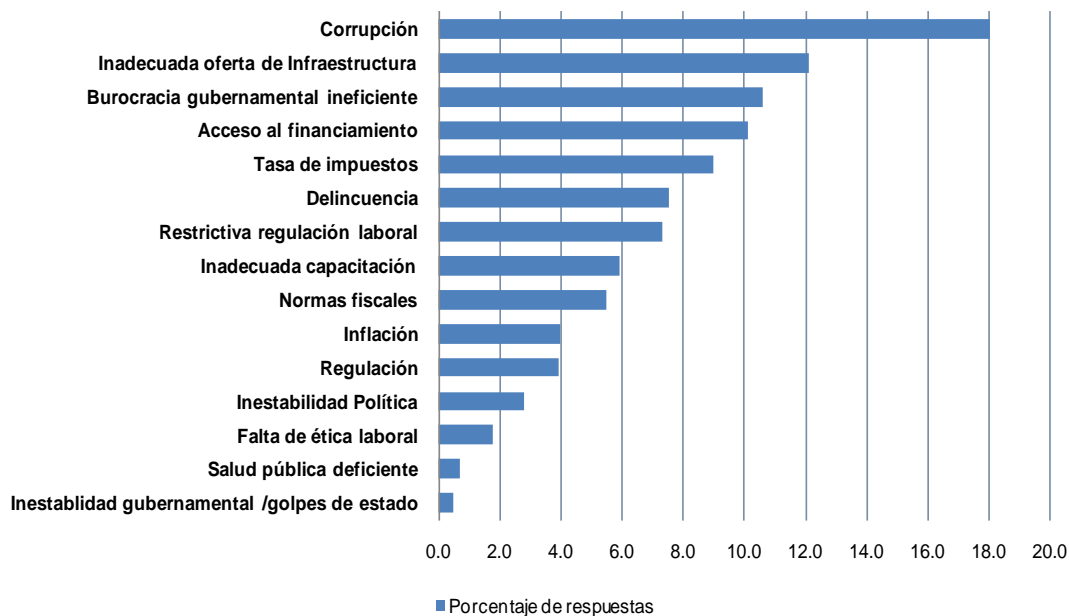
Cuadro N° 3: Ranking de Facilidad para hacer negocios 2012

Criterios	Colombia	Perú	Chile	Ecuador	Brasil	Argentina	México
Facilidad de hacer negocios	44	43	33	134	128	116	53
Apertura de un negocio	65	53	27	165	122	150	74
Manejo permiso de construcción	26	104	84	96	130	172	39
Registro de propiedades	53	21	54	75	105	137	141
Obtención de crédito	67	23	52	80	97	67	38
Protección de los inversores	6	17	29	136	79	114	46
Pago de impuestos	99	87	35	90	154	147	104
Comercio transfronterizo	91	58	44	126	123	103	63
Cumplimiento de contratos	151	115	68	99	120	46	78
Cierre de una empresa	19	106	89	142	139	88	26

Fuente: Doing Business 2010. Banco Mundial

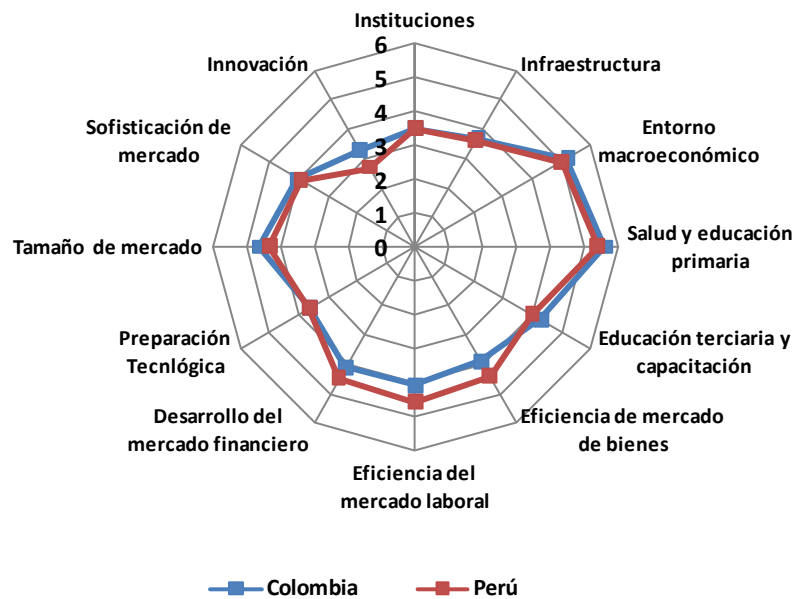
Si analizamos los factores que son un obstáculo para hacer negocios en Colombia, el Global Competitiveness Report identifica como los principales problemas a la corrupción, la inadecuada oferta de infraestructura, la burocracia ineficiente y el acceso al financiamiento.

Gráfico N° 4: Factores problema para hacer negocios



Fuente: WEF Global Competitiveness Report 2011-2012. Elaboración: PROMPERU

Gráfico N° 5: Índice de Competitividad Global



Fuente: WEF Global Competitiveness Report 2011-2012. Elaboración: PROMPERU

En el ranking general de competitividad de 142 países analizados, Colombia ocupa el puesto 68 y Perú el 67, además ambos países obtuvieron el mismo puntaje (4.2) y se ubicaron en el segundo nivel de desarrollo. Por ello la estrategia como las políticas a utilizar para alcanzar un nivel superior serán similares en Colombia y Perú.

3. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

3.1 Intercambio Comercial de Colombia con el Mundo

En 2011, el comercio exterior de Colombia sumó US\$ 111,629 millones, es decir 38.7% de aumento con respecto al año anterior. Respecto a la balanza comercial, este país tuvo un saldo positivo de US\$ 2,279 millones el año pasado.

Cuadro N°4: Intercambio Comercial de Colombia
(En millones de US\$)

Indicadores	2007	2008	2009	2010	2011	Var % Prom. 2011 - 2007	Var% 2011 - 2010
Exportaciones	29,991	37,626	32,853	39,820	56,954	17.4	43.0
Importaciones	32,897	39,669	32,898	40,683	54,675	13.5	34.4
Balanza Comercial	-2,906	-2,043	-45	-863	2,279	-----	-----
Intercambio Comercial	62,888	77,295	65,751	80,503	111,629	15.4	38.7

Fuente: DANE

Las exportaciones colombianas totalizaron US\$ 56,954 millones en 2011, valor 43.0% superior al registrado un año antes. Los productos más exportados por Colombia son el café y el

petróleo, los cuales dependen fundamentalmente de los precios internacionales; por otro lado, el petróleo ha reemplazado al café como el más importante commodity en las ventas externas de este país.

El sector tradicional se ha caracterizado por tener mayor peso en las exportaciones colombianas, así tenemos que productos como café, carbón, petróleo y sus derivados ocupan los primeros lugares en las ventas de este país. No obstante, esta situación ha ido cambiando en forma paulatina, y actualmente Colombia ha diversificado su oferta exportable, mostrando una mayor presencia de productos con valor agregado, principalmente químicos, textiles y alimentos.

Los cinco principales países destino de las exportaciones colombianas, en 2011, fueron Estados Unidos (38.5% del total), Países Bajos (4.4%), Chile (3.9%), China (3.5%) y Panamá (3.4%) y, en conjunto estos destinos representaron 53.8% del total exportado.

Entre los años 2008 y 2009, las exportaciones en general disminuyeron debido a la crisis internacional, excepto aquellas que se dirigieron a China y Países Bajos. En el 2011, los valores de las ventas externas a todos los países superaron a los alcanzados antes de la crisis.

**Cuadro N° 5: Principales destinos de las exportaciones de Colombia
(Millones de US\$)**

Países	2007	2008	2009	2010	2011	Var % 2010/2011
Estados Unidos	10,609	14,289	13,123	17,143	21,949	28.03
Países Bajos	836	752	1,345	1,617	2,524	56.08
Chile	376	849	627	907	2,205	143.13
China	785	443	950	1,967	1,989	1.14
Panamá	246	319	310	936	1,957	108.98
Ecuador	1,276	1,500	1,257	1,825	1,909	4.61
Venezuela	5,210	6,092	4,050	1,423	1,750	23.02
Aruba	15	24	19	97	1,724	1673.11
España	581	623	483	565	1,720	204.38
Perú	806	855	788	1,132	1,397	23.42
Otros	9,251	11,881	9,902	12,208	17,830	46.06
Total	29,991	37,626	32,853	39,820	56,954	43.03

Fuente: TRADEMAP. Elaboración: PROMPERU

Las importaciones colombianas sumaron US\$ 54,675 millones el año pasado, lo cual representó un aumento de 34.4 % con respecto a 2010. Además, los cinco principales países proveedores fueron Estados Unidos (25.0%), China (15.0%), México (11.1%), Brasil (5.0%), Alemania (4.1%), y nuestro país explicó 1.9% de estas compras.

Se observa una disminución general del monto importado en el período 2008-2009, excepto con Argentina y Francia. Los países de los cuales se limitó fuertemente el comercio durante la crisis fueron: Japón (-28%), México (-26%) y la República de Corea (-26%).

Las importaciones colombianas aumentaron a una tasa anualizada de 13.5% entre los años 2007 y 2011, y en ese periodo, resaltó el incremento de las compras desde Estados Unidos (12.2% en promedio anual), China (25.2%), Alemania (16.4%) y Francia (35.4 %), mientras que entre los proveedores de América Latina lo hicieron México (18.5%), Argentina (27.3%), Brasil (3.4 %) y Perú (13.9%).

**Cuadro N° 6: Principales proveedores de Colombia
(Millones de US\$)**

Proveedores	2007	2008	2009	2010	2011	Var % 2010/2010
Estados Unidos	8,631	11,583	9,506	10,532	13,663	29.7
China	3,327	4,549	3,715	5,477	8,176	49.3
México	3,073	3,126	2,298	3,857	6,059	57.1
Brasil	2,394	2,328	2,147	2,370	2,740	15.6
Alemania	1,205	1,557	1,338	1,658	2,215	33.6
Argentina	712	920	1,043	1,509	1,872	24.1
Francia	541	929	1,514	1,182	1,819	53.9
Japón	1,231	1,153	825	1,157	1,438	24.3
Corea del Sur	897	920	680	941	1,234	31.1
Otros	10,887	12,604	9,832	12,001	15,458	28.8
Total	32,897	39,669	32,898	40,683	54,675	34.4

Fuente: TRADEMAP. Elaboración: PROMPERU

3.2 Intercambio Comercial Perú con Colombia

El intercambio comercial entre Perú y Colombia sumó US\$ 2,464 millones en 2011, con lo cual se registró 18.7% de incremento respecto al año anterior. Este comercio ha sido permanentemente deficitario para el Perú y, en 2011, por ejemplo, tuvimos una balanza negativa de US\$ 375 millones.

Las importaciones peruanas desde Colombia aumentaron 11.1% el año pasado con relación a 2010, al sumar US\$ 1,419 millones. Estas compras se concentraron en productos como aceite de petróleo (US\$ 253 millones), polipropileno en forma primaria (US\$ 52 millones), hulla bituminoso (US\$ 45 millones).

**Cuadro N° 7: Balanza Comercial Perú con Colombia
(En millones de US\$)**

Indicadores	2007	2008	2009	2010	2011	Var % Prom. 2011 - 2007	Var% 2011 - 2010
Exportaciones	617	709	646	798	1,045	14.1	30.9
Importaciones	932	1,213	906	1,277	1,419	11.1	11.1
Balanza Comercial	-315	-504	-260	-479	-375	-	-
Intercambio Comercial	1,550	1,922	1,552	2,076	2,464	12.3	18.7

Fuente: SUNAT

Las ventas de productos peruanos a Colombia aumentaron 14.1% en promedio anual en los últimos cinco años, y en 2011 sumaron US\$ 1,045 millones. El 79.1% de lo exportado a este país, el año pasado, correspondió a los sectores no tradicionales, entre los cuales destacaron sidero-metalúrgico (US\$ 235 millones), químico (US\$ 204 millones), textil (US\$ 108 millones) y agropecuario (US\$ 108 millones).

Alambre de cobre refinado (US\$ 184 millones), películas de polipropileno (US\$ 28 millones), preformas de PET (US\$ 21 millones), cinc sin alear (US\$ 21 millones), impresos publicitarios (US\$ 20 millones), pisos y revestimientos cerámicos (US\$ 15 millones), cebollas (US\$ 14 millones), las demás preparaciones de belleza y cuidado de la piel (US\$ 12 millones), botellas y frascos de vidrio (US\$ 11 millones) fueron los productos no tradicionales más vendidos al mercado colombiano el año pasado.

**Cuadro N° 8: Exportaciones por sectores económicos a Colombia
(En millones de US\$)**

Sector	2010	2011	Var %
Tradicional	106	218	105.6
Mineros	40	49	22.6
Cobre	0	0	-
Plata	5	6	20.4
Plomo	3	3	-2.8
Zinc	29	34	19.7
Oro	0	0	-
Estaño	3	6	87.1
Pesquero	4	5	4.7
Harina de pescado	2	1	-53.8
Aceite de pescado	2	4	62.1
Petróleo y Gas Natural	21	85	298.5
Petróleo derivados	21	85	298.5
Agrícolas	40	80	97.0
Azúcar	8	5	-38.7
Café	33	75	128.6
No Tradicional	692	826	19.4
Agropecuario	83	108	30.6
Textil	88	108	22.6
Pesquero	10	14	35.2
Químico	164	204	23.9
Metal-mecánico	42	49	15.0
Sídero-metalúrgico	219	235	7.0
Minería no metálica	35	46	29.4
Maderas y papeles	33	39	19.4
Pieles y cueros	0.05	0.30	500
Varios (incluido joyería)	16	23	45.9
Total	797	1045	30.9

Fuente: SUNAT. Elaboración. PROMPERU

El valor de las exportaciones de las grandes empresas se incrementó en 45.6% durante el año 2011. La variación fue de aproximadamente US\$ 172 millones.

Con respecto a los montos exportados por parte de la mediana empresa, el incremento fue del 22.3% y sumó 368 millones en el 2011.

Por otro lado, el monto exportado de las empresas pequeñas y micro empresas durante 2011 registraron aumentos de 10.0% y 12.5% respectivamente.

**Cuadro N° 9: Principales productos de exportación no tradicional a Colombia
(Enmiles de US\$)**

Nro.	Partida	Descripción	2010	2011	Var %
1	7408110000	ALAMBRE DE COBRE REFINADO, SECCION TRANSV. > 6 MM	187,321	184,334	-1.6
2	3920209000	PLACAS, LÁMINAS, POLIPROPILENO METALIZADA, >25 MICRONES ESPESOR	14,386	27,650	92.2
3	3923302000	PREFORMAS PET	13,132	21,359	63.5
4	7901120000	CINC SIN ALEAR, CON UN CONTENIDO DE CINC INFERIOR AL 99,99% EN PESO	13,737	21,359	55.5
5	4911100000	IMPRESOS PUBLICITARIOS, CATALOGOS COMERCIALES Y SIMILARES	14,953	19,723	31.9
6	6908900000	PLACAS Y BALDOSAS DE CERAMICA BARNIZADAS, ESMALTADA	14,608	15,477	5.9
7	7031000000	CEBOLLAS Y CHALOTES, FRESCOS O REFRIGERADOS	11,398	14,229	24.8
8	1801001900	CACAO EN GRANO CRUDO	1,942	13,552	598.0
9	3304990000	PREPARACIONES DE BELLEZA, MAQUILLAJE Y CUIDADO DE LA PIEL	8,622	11,884	37.8
10	7010904000	BOMBONAS, BOTELLAS, FRASCOS DE VIDRIO, CAPACIDAD <= 0.15 L	7,787	11,449	47.0
11	1905310000	GALLETAS DULCES (CON ADICION DE EDULCORANTE)	9,327	11,204	20.1
12	4011209000	NEUMÁTICOS UTILIZADOS EN AUTOBUSES O CAMIONES	9,495	10,665	12.3
13	6109100039	DEMÁS T-SHIRTS DE ALGODON, PARA HOMBRES O MUJERES	10,636	10,468	-1.6
14	4011101000	NEUMÁTICOS RADIALES	8,153	9,739	19.5
15	7133399000	DEMÁS FRIJOL COMUN EXCEPTO PARA SIEMBRA	2,337	9,024	286.2
		Otros	364,209	433,988	19.2
		Total	692,042	826,210	19.4

Fuente: SUNAT. Elaboración. PROMPERU

Cuadro N° 10: Número y Tamaño de Empresas Exportadoras

Tamaño de Empresa	Número de Empresas			Exportaciones Millones de US\$			Var % 2011/2010
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	
Grande	10	13	20	268	377	549	45.6
Mediana	94	99	124	271	301	368	22.3
Pequeña	258	283	320	91	100	110	10.0
Micro	609	601	658	16	16	18	12.5
Total	971	996	1,122	646	795	1,045	31.4

Fuente: SUNAT. Elaboración. PROMPERU

4. Acceso al Mercado

4.1 Medidas Arancelarias

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

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

El arancel externo de la CAN tiene cuatro niveles. A la mayoría de materias primas se le aplica el 5%, a los bienes de capital 10.0% y 15.0% para bienes intermedios. Por otro lado, este arancel está adecuado al nuevo texto único de la NANDINA, nomenclatura arancelaria común de los países de la CAN.

A continuación se detallan los principales productos importados por Colombia desde Perú con los respectivos aranceles que este país le aplica a Perú, al mundo y a los principales competidores de cada partida.

Cuadro N° 11: Aranceles en Colombia a principales productos exportados por el Perú

Nro.	Partida	Descripción	Mundo (%)	Perú (%)	Competidores (País – arancel que paga)
1	7408110000	ALAMBRE DE COBRE REFINADO, SECCION TRANSV. > 6 MM	0 y 5	0	Chile (0%), Brasil (0%) Canadá (5%)
2	3920209000	PLACAS, LÁMINAS, POLIPROPILENO METALIZADA, >25 MICRONES ESPESOR	0, 2.6 y 8.3	0	Ecuador (0%), México (0%), Estados Unidos (8.3%)
3	3923302000	PREFORMAS	0, 2.4 y 13.3	0	México (0%), China (13.3%), Ecuador (0%)
4	7901120000	CINC SIN ALEAR, CON UN CONTENIDO DE CINC INFERIOR AL 99,99% EN PESO	0 y 5	0	Alemania (5%), México (0%)
5	4911100000	IMPRESOS PUBLICITARIOS, CATALOGOS COMERCIALES Y SIMILARES	0 y 15	0	Estados Unidos (15%), Chile (0%), Ecuador (0%)
6	6908900000	PLACAS Y BALDOSAS DE CERAMICA BARNIZADAS, ESMALTADA	0, 2.3 y 5	0	China (5%), México (0%), Brasil (2.3%)
7	070310000	CEBOLLAS Y CHALOTES, FRESCOS O REFRIGERADOS	0, 2.4 y 15	0	Ecuador (0%), Chile (0%), México (0%)
8	1801001900	CACAO EN GRANO CRUDO	0 y 11.7	0	Ecuador (0%), República Dominicana (11.7%)
9	3304990000	PREPARACIONES DE BELLEZA, MAQUILLAJE Y CUIDADO DE LA PIEL	0, 2.4 y 15	0	Francia (15%), Estados Unidos (15%), México (0%)
10	7010904000	BOMBONAS, BOTELLAS, FRASCOS DE VIDRIO, CAPACIDAD <= 0.15 L	0, 1.6 y 10	0	México (0%), Brasil (0%), Francia (10%)

Fuente: SUNAT, Aduana de Colombia, TRADEMAP

Elaboración: PROMPERU

4.2 Medidas No Arancelarias

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

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

Además, algunos productos están sujetos a medidas fitosanitarias y el importador debe registrarse ante el Instituto Colombiano Agropecuario para productos de plantas y animales, el INVIMA para medicinas, cosméticos.

4.3 Otros Impuestos Aplicados en Colombia⁸

A continuación figuran los principales impuestos que se aplican en Colombia:

- Impuestos a la Renta y Ganancia Ocasional (33%).
- Impuestos a la Renta y Ganancia Ocasional, para usuarios industriales de bienes y servicios ubicados en Zona Franca (15%).
- Impuestos a la Renta y Ganancia Ocasional especial para pequeñas empresas que inicien operaciones durante el año 2011: 0% por los primeros dos años, 8,25% por el tercer año, 16,50% por el cuarto año y 24,75% por el quinto año. A partir del sexto estarán sometidas a la tarifa general del 33%.
- Impuesto al Valor Agregado (16% en promedio). Algunas tarifas diferenciadas pueden variar entre 1.6% y 35%
- Impuesto anual al patrimonio, para el año 2011, se divide de la siguiente manera:
 - 2,4% para patrimonios iguales o superiores a COP 3.000.000.000 (aproximadamente USD 1.5 millones) y menores de COP 5.000.000.000.
 - 4,8% para patrimonios iguales o superiores a COP 5.000.000.000. (aproximadamente USD 2.5 millones)
- Impuesto a las Transacciones Financieras o Gravamen a los Movimientos Financieros es de 0.4% por operación financiera. Dicho impuesto será reducido en 50%, cada dos años, a partir del año 2014 hasta su derogación en el año 2018. Puede ser deducible del IR en un 50% (2013 a 2018) sobre valores cancelados por concepto de este impuesto.
- Impuesto de Industria y Comercio regional es un impuesto aplicado a las actividades industriales, comerciales o de servicios realizadas en la jurisdicción de una municipalidad o distrito por un contribuyente con o sin establecimiento comercial. La tarifa la define cada municipio de acuerdo a los siguientes rangos delimitados por Ley:
 - Para actividades industriales: entre 0,2% y 0,7%
 - Para actividades comerciales y de servicios: 0,2% y 1%
- Impuesto Predial Anual Regional grava el derecho de propiedad, usufructo o posesión de un bien inmueble localizado en Colombia. Es cobrado y administrado por las municipalidades o distritos donde se ubica el inmueble. La tarifa aplicable depende de la calidad del predio (rural, urbano o suburbano) y varía entre el 0,4% y el 1,2%.

⁸ Guía legal para hacer negocios en Colombia (junio 2011) –Invierta en Colombia

- Impuesto de Registro es un gravamen que afecta todos los actos, contratos o negocios jurídicos documentales que deban registrarse ante las cámaras de comercio y ante las oficinas de instrumentos públicos.

La base está constituida por el valor incorporado en el documento que contiene el acto, contrato o negocio jurídico. En los documentos sin cuantía, la base gravable está determinada de acuerdo con la naturaleza de los mismos.

- Actos, contratos o negocios jurídicos con cuantía sujetos a registro en las oficinas de registro de instrumentos públicos (entre 0.5% y 1%).
- Actos, contratos o negocios jurídicos con cuantía sujetos a registro en las cámaras de comercio (entre 0.3% y 0.7%)
- Actos, contratos o negocios jurídicos sin cuantía sujetos a registro en las oficinas de registro de instrumentos públicos o en las cámaras de comercio (entre 2 y 4 salarios mínimos diarios legales)

Para acceder a información más detallada se recomienda visitar el siguiente link: <http://www.inviertaencolombia.com.co/publicaciones.html>

4.4 Distribución y Transporte de Mercaderías

- **Distribución de mercancías**

En la medida de que Colombia es uno de los países de América Latina con mayor descentralización, y por ende la población, la producción, el poder adquisitivo y el consumo están distribuidos en varias ciudades, es importante contar con un socio estratégico que conozca el mercado, y las particularidades regionales, que apoye en lo concerniente a distribución y mercadeo. Las zonas más importantes de comercialización son Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga y Cartagena.

Alimentos

En el negocio minorista de alimentos en Colombia destaca el Grupo Éxito, cuyo accionista principal es el Grupo Casino de Francia, que está presente con tres formatos y varias cadenas de establecimientos: supermercados (Carulla, Pomona, Ley), hipermercados (Éxito) y tiendas bodega (Surtimax), además del Grupo Carrefour (capitales franceses) que tiene los hipermercados del mismo nombre.

Existen mayoristas con cobertura nacional, ventas importantes y manejo de un número alto de productos de consumo masivo. Estas empresas trabajan con marcas propias y del fabricante y, productos colombianos como extranjeros, que son importados directamente; por otro lado llegan a todos los canales de comercialización, pero concentran sus ventas en el tradicional (bodegas, mercados) y el institucional (restaurantes, hoteles). En el caso de productos pesqueros, hay mayoristas especializados, varios de ellos con plantas de procesamiento, que trabajan con productos colombianos e importados.

Prendas de vestir

El core business de muchas empresas colombianas del sector, ya no es la fabricación de prendas de vestir, si no la gestión de marcas y de puntos de ventas a consumidor final; lo cual se ha dado a través de un proceso de integración vertical de un número importante de empresas: fabricantes que tienen sus marcas propias y puntos de venta a consumidor final, y minoristas con marcas propias que han puesto fábricas para producir parte de la oferta que tienen en sus tiendas.

En Colombia están más extendidas las cadenas de tiendas de pequeña superficie, formato en el cual destacan las empresas colombianas. Hace algunos años, ingreso al mercado la marca Falabella, de capitales chilenos, y ellos han empezado a difundir el concepto de grandes superficies en este sector, a través de los establecimientos que poseen.

Los operadores extranjeros más representativos en Colombia son Mango y Zara de origen español. Además, las tiendas de lujo están en aumento, un par de ejemplos son Ermenegildo Zegna y Louis Vuitton.

Materiales y acabados para la construcción (MAC).

Los ofertantes minoristas de MAC en Colombia son principalmente cadenas de tiendas de retail: Home Center Sodimac Corona, Easy (Cencosud), puntos de venta a consumidor final de fabricantes y, un número importante de ferreterías que son atendidas por distribuidores.

Es por ello que las empresas nacionales deberán considerar vender directamente a los minoristas, o hacer alianza estratégica con un distribuidor que tenga una cobertura adecuada a nivel nacional, y que priorice sus productos.

Los fabricantes colombianos de MAC, también, participan del negocio minorista. Por ejemplo, la fábrica Corona es socia mayoritaria de Home Center Sodimac Corona, y la empresa Almagres, fabricantes de los productos Alfa, tiene sus propios puntos de venta a consumidor final.

Productos de limpieza

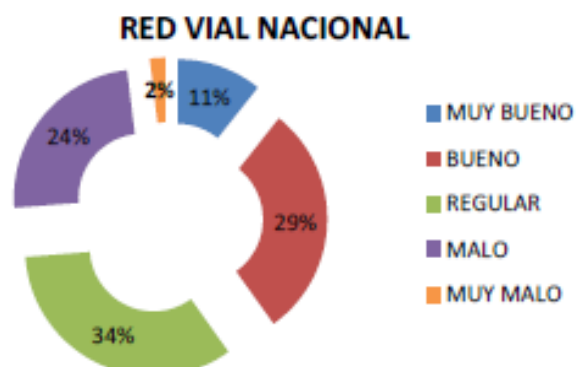
Los productos de limpieza comparten con los alimentos envasados gran parte del canal de distribución: supermercados, bodegas, mercados de abastos. Asimismo, las empresas distribuidoras de productos de consumo masivo que atienden preferentemente el canal tradicional, tienen en su mezcla de producto principalmente alimentos envasados y artículos de limpieza.

Este mercado está determinado por la fuerte presencia de empresas transnacionales y marcas globales (Unilever, Protec & Gamble, Colgate etc), especialmente en el canal moderno (supermercados, boticas) donde se decide la compra, principalmente por la marca del producto. Además se debe considerar que las empresas transnacionales lanzan constantemente promociones de ventas (descuentos, 2 x 1) que hacen inestable el margen de utilidad.

• Transporte de mercancías

En Colombia, la red de carreteras consta de 16,786 km. de los cuales se calificaron 13,645 (81,29%). El 75.5% de la red calificada esta pavimentada (10,304 km.) y el 24,5%, afirmada (3,341 km.).

Gráfico N° 6



Fuente: Instituto Nacional de Vías - INVIAS

El segundo medio de transporte de cargamás utilizado en Colombia es el ferroviario. La red cuenta con 3,468 Km aunque sigue siendo poco desarrollada. El producto que más utiliza este sistema de transporte es el carbón (aproximadamente 19% del total de toneladas transportadas por tren durante el año 2009⁹). Además, dicho medio permite trasladar ciertos productos comestibles hacia los puertos localizados en las Islas del Caribe y los países de la costa del Pacífico.

El Dorado de Bogotá es el principal aeropuerto de movilización de carga nacional (aproximadamente el 36,5% del mercado total). Le siguen en importancia los aeropuertos de José María Córdoba de Medellín (8,4%), Cali (8,04%) y Barranquilla (6,14%). Con respecto a las empresas transportadoras de carga, Aerosucre fue la principal con 19,560 toneladas movilizadas que representó el 19,6% del total, LAS (16,8%), Aerorepública (12,1%) y Avianca (12,2%).

Con respecto a la carga internacional, siete empresas movilizaron aproximadamente el 80% de la carga. Las empresas fueron Tampa (24,5%), Arrow (13,2%), Centurión Air (10,61%), Avianca (8,27%), LAS (8,17%), Línea A. Carguera de Colombia (7,88%) y Martinair (6,75%). En este caso, El Dorado de Bogotá (82,6%) y el José María Córdoba de Medellín (13%) son los aeropuertos que concentraron aproximadamente el 96% de la carga total internacional movilizada durante el año 2009 (última data).

Por el río Magdalena se moviliza más de un tercio de la carga total fluvial de Colombia, en especial hidrocarburos (ACP, Nafta y combustóleo), productos relacionados al sector petroquímico, cementero y agrícola (abono y maíz). Por el río León en cambio se movilizan bananos, productos de pesca y madera. El resto de carga fluvial se moviliza por los ríos Atrato, Cauca, Meta, Putumayo, Sinú, Guaviare, Inírida y Arauca. Asimismo, un importante puerto colombiano es Leticia ubicado en el río Amazonas, al no existir carreteras en esa zona, todo el transporte es aéreo desde el interior del país o fluvial desde y hacia Perú y Brasil.

Los puertos de Buenaventura (Oceano Pacífico) y Barranquilla (Caribe) son los principales del país. En total Colombia tiene 97 instalaciones portuarias de las cuales 33 son de servicio público. En la primera mitad de 2011 destacan, por volumen de tráfico, Santa Marta, Puerto Bolívar, Golfo Morrosquillo y Cartagena.

Durante el año 2011, el comercio exterior marítimo se elevó en 13.1% en comparación con el año 2010 debido al mayor monto de exportación que se viene registrando en los últimos tres años. Además, el tráfico portuario aumentó en 13,9%.

**Cuadro N° 12: Tráfico Portuario
Enero-diciembre 2011
(Miles de toneladas)**

Tráfico Portuario	2009	2010	2011	Var % 2010/2011
Importación	19,479	22,685	27,608	21.7
Exportación	91,825	113,549	126,424	11.3
Comercio Exterior	111,304	136,233	154,032	13.1
Cabotaje	404	371	646	74.1
Fluvial	158	68	49	-27.9
Transbordo	827	231	160	-30.7
Tránsito Internacional	7,480	10,660	13,223	24.0
Transitoria	253	202	248	22.8
Total	120,427	147,765	168,359	13.9

Fuente: Superintendencia de puertos y transportes de Colombia

⁹Diagnóstico de transporte 2010 – Superintendencia de Puertos y Transporte

Gráfico N° 7: Zonas portuarias en Colombia



Fuente: Superintendencia de Puertos y Transporte

5. Oportunidades Comerciales

5.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

Las relaciones diplomáticas entre Perú y Colombia han transcurrido cordialmente y de manera amistosa, dado que tradicionalmente ambos países han tenido similares puntos de vista frente a los principales temas del acontecer mundial y han colaborado de manera eficaz en los asuntos regionales y hemisféricos.

Estas relaciones se enmarcan en la “asociación preferencial” e “integración profunda” en temas de interés mutuo como la búsqueda de la paz, la seguridad internacional, el fortalecimiento de la democracia, el desarrollo social, la búsqueda de la prosperidad económica, los esfuerzos para la integración y desarrollo de las zonas de frontera entre otros.

En agosto de 2007, se firmaron los siguientes acuerdos:

- Memorando de Entendimiento para la Profundización de la Integración entre la República del Perú y la República de Colombia.
- Convenio Marco de Cooperación entre el Fideicomiso de Promoción de Exportaciones de Colombia–Proexport Colombia y la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERU.
- Acuerdo entre el Gobierno de la República del Perú y el Gobierno de la República de Colombia sobre Promoción y Protección Recíproca de Inversiones.
- Acuerdo para Profundizar la Liberalización de los Porcentajes Mínimos de Programación de Producción Nacional de Servicios de Televisión de Señal Abierta.

Cuadro N° 13: Acuerdos Comerciales de Colombia¹⁰

Vigentes	Suscritos	En negociación	A futuro
CAN (Perú, Ecuador y Bolivia)	Estados Unidos	Corea del Sur	Japón
MERCOSUR (Argentina, Uruguay, Paraguay, Brasil)	Unión Europea	Panamá	Comunidad del Golfo
Chile		Turquía	
G2 – México		Australia	
Triángulo Norte (Honduras, Guatemala y El Salvador)			
Suiza ¹¹			
Canadá ¹²			
EFTA			

Fuente: Cancillería de Colombia

En temas de cooperación técnica bilateral entre ambos países, se realizaron trabajos en temas afines a la salud, educación, género, medio ambiente, pequeña y mediana empresa, exportaciones, pesca y agricultura.

En lo relativo a instituciones, Perú cuenta con una embajada en la ciudad de Bogotá y con siete consulados ubicados en Bogotá D.C., Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, Leticia, Pasto. En la siguiente página web existe información específica de contacto: <http://www.embajadadelperu.org.co/index.html>.

Se debe recalcar que Colombia se ha caracterizado por fomentar el comercio entre los que considera socios “naturales” (países vecinos) para así fortalecer relaciones entre países con quienes comparte una historia, lengua y cultura similar.

Colombia es además, miembro de la mayoría de organizaciones internacionales en materia económica y de comercio internacional. A continuación se muestran algunas.

Cuadro N° 14: Organizaciones de las que Colombia es miembro

Organizaciones
Asociación de Estados del Caribe (ACS)
Asociación Internacional de Fomento (AIEA)
Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)
Banco Interamericano de Desarrollo (BID)
Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF)
Banco Mundial (BM)
Comisión Económica de Naciones Unidas para América Latina y el Caribe (CEPAL)
Corporación Andina de Fomento (CAF)
Corporación Financiera Internacional (CFI)

¹⁰ www.cancilleria.gov.co¹¹ A partir del 1 de julio de 2011¹² A partir del 1 de agosto de 2011

Fondo Monetario Internacional (FMI)
Banco Centroamericano de Integración Económica
Comunidad Andina (CAN)
Grupo de los 3 (G-3) - Grupo de los 77 (G-77)
Asociación Multilateral de Garantía de Inversiones (MIGA)
Organización de Estados Americanos (OEA)
Organización Mundial del Comercio (OMC)
Organización de las Naciones Unidas (ONU)
Sistema Económico Latinoamericano (SELA)
Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD)
Movimiento de los No Alineados (Colombia ocupa la presidencia en 1977)

Fuente: ICEX

5.3 Productos con Potencial Exportador

Alimentos

En Colombia existe un desarrollo interesante del concepto orgánico y gourmet en los alimentos, y minoristas como Carrefour poseen zonas exclusivas para estos productos. Asimismo, hay una oferta diferenciada de alimentos Kosher, y Supermercados Carulla en algunos de sus establecimientos tiene un área exclusiva de venta para estos productos.

Las oportunidades más importantes para los productos peruanos se presentan para las frutas (uvas red globe, cítricos), pescado (caballa, merluza, mero, perico) y carne de ave fresca (pavo), productos que requieren mayor promoción entre los consumidores y las empresas que intervienen en el canal de comercialización. Respecto a los alimentos envasados, las posibilidades son menores, en la medida que el origen y la marca son elementos gravitantes para decidir la compra, y por consiguiente se necesita posicionarlas; en este grupo las conservas de pescado, especialmente de sardinas, tienen oportunidades más inmediatas.

Prendas de vestir

En este mercado, hay una presencia importante de la oferta colombiana de prendas de vestir, la cual posee una buena relación entre diseño, calidad de la confección y precio. Las empresas peruanas deben estar conscientes que para diferenciarse, ingresar y mantenerse en el mercado, deberán desarrollar varias colecciones al año, que obedezcan a las tendencias más recientes de la moda.

En Colombia existe un mercado creciente para prendas de vestir, especialmente de algodón y de tejido de punto, dirigido a personas de bajo poder adquisitivo. Este segmento de mercado es atendido a través de pequeños distribuidores ubicados en lugares como El Hueco de Medellín, varios de los cuales ya se abastecen de prendas de vestir confeccionadas en Gamarra.

Las oportunidades se dan principalmente para prendas de vestir de tejido de punto de algodón (ropa deportiva, pijamas, sueters, ropa para bebés y niños). Además se puede desarrollar alianzas estratégicas entre empresas nacionales y colombianas, con el objeto de complementar la oferta y llegar a terceros mercados: nuevos mercados, nichos de mercado más rentable.

Materiales y acabados para la construcción (MAC).

La oferta colombiana es importante y competitiva, pero existen oportunidades para ciertos productos como mármol, pisos de madera, productos de acero (por las recientes restricciones que Venezuela ha puesto para vender acero a Colombia) y pisos y revestimientos cerámicos.

Productos de limpieza

Los productos de limpieza pueden tener posibilidades en el canal tradicional (bodegas, mercados) y de la mano de un distribuidor importante, en la medida que este canal atiende consumidores donde la marca del producto no es relevante.

Sin embargo, deben considerar que los grandes actores de este mercado son marcas globales con gran capacidad financiera que les permite hacer constantes promociones de venta que impulsan sus ventas. Además, posicionar una marca nueva toma como mínimo dos años; y los productos con marcas propias de minoristas y mayoristas son fabricados principalmente por empresas colombianas.

Metodología CEPAL

Se identificaron los productos potenciales exportables a este mercado a través de la metodología de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina). Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Colombia (del periodo comprendido entre 2007 y 2011).

Cuadro N° 15: Productos potenciales en Colombia

Partida	Descripción	Clasificación
190531	Galletas dulces (con adición de edulcorante)	Estrella
180690	Los demás chocolates y demás preparaciones alimenticias	Estrella
180100	Cacao en grano, entero o partido crudo o tostado.	Estrella
200290	Los demás tomates preparados o conservados	Estrella
230910	Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor	Estrella
160416	Anchoas en conserva , entero o en trozos	Prometedor
160420	Las demás preparaciones y conservas de pescados	Prometedor
160414	Atunes, listados y bonitos en conserva, enteros o en trozos	Estrella
160413	Sardinias, sardinelas y espadines en conserva, entero o en trozos.	Consolidado
160419	Preparaciones y conservas de los demás pescados enteros o en trozos.	Prometedor
600622	Tejidos de punto, de anchura > 30 cm, de algodón, teñidos (exc. tejidos de punto por urdim)	Prometedor
600410	Tejidos de punto de anchura > 30 cm, con un contenido de hilados de elastómeros >= 5% en p	Estrella
630140	Mantas de fibras sintéticas. (excepto las eléctricas).	Estrella
550130	Cables acrílicos o modacrílicos.	Consolidado

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

Con ambas variables se forman cuadrantes que se cruzan en el origen (0,0) y de esta forma se logra clasificar a los sectores y productos. Si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. Por otro lado, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Los sectores que han sido considerados en esta metodología fueron el agrícola, pesquero y textil. En el cuadro se muestra los productos potenciales en el mercado colombiano de los sectores mencionados.

6. Tendencias del Consumidor

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 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 N° 16
Gasto del consumidor 2000-2020
(Cifras en millones de US\$)

Grupos de consumo	2000	2005	2010	2015	2020
Alimentos y bebidas no alcohólicas	13,468	18,056	33,935	51,297	69,051
Bebidas alcohólicas y tabaco	2,558	3,343	5,995	9,564	13,289
Prendas de vestir y calzado	5,157	6,649	10,820	16,683	23,044
Vivienda	12,333	16,470	29,650	47,442	65,721
Artículos del hogar y servicios	3,520	4,429	7,584	11,781	16,208
Art. salud y servicios médicos	2,321	3,223	5,771	9,576	13,737
Transporte	5,589	9,849	21,199	34,727	48,386
Comunicaciones	2,282	3,955	7,910	13,626	19,760
Ocio y recreación	3,291	4,795	8,691	14,534	20,493
Educación	3,874	4,758	8,420	14,184	20,596
Hoteles y catering	7,063	10,407	21,159	34,543	48,219
Art. diversos y servicios	7,263	10,012	18,935	30,585	42,517
TOTAL	68,721	95,946	180,066	288,541	401,021

Fuente: Euromonitor

7. Cultura de Negocios

En un contexto globalizado, la comunicación intercultural se ha convertido en una herramienta básica para los negocios que se realizan entre personas de diferentes grupos culturales. Esta permite comunicarse de forma óptima al tener en cuenta las necesidades básicas para tener éxito: entender el comportamiento y la forma de pensar de los demás.

Tener conocimiento sobre la cultura de un país, antes de hacer negocios, es una muestra de respeto y consideración y suele ser profundamente apreciada. Aquellos que comprenden la cultura tienen más oportunidad de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo.

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

Sin embargo, se debe tener en cuenta que existe poca movilidad social en Colombia. La separación entre clases sociales es muy rígida y cerrada. Es necesario ser presentado por un miembro del círculo dominante para poder tener éxito en los negocios. Además, cabe mencionar que la actividad empresarial no se limita a la capital ya que Bogotá, Cali, Medellín, Cartagena y Barranquilla son también importantes centros de negocios.

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

Con respecto al uso del idioma, es necesario recordar que Colombia es uno de los países que mejor conserva el lenguaje y el protocolo de la España Tradicional¹³. Es necesario moderar el tono de voz y las expresiones al hablar. En lo posible se debe crear un ambiente de confianza en donde las negociaciones se puedan desarrollar de una manera cordial.

En general, se puede conversar de temas a primera vista inadecuados como la guerrilla de las FARC o el tráfico de drogas. Se recomienda, como temas de conversación, mencionar ciertos aspectos de la historia del país (bicentenario, figura del Libertador Simón Bolívar), la literatura (Nobel Gabriel García Márquez) y el turismo (Cartagena de Indias). Por otro lado, se debe evitar realizar comentarios sobre política local.

A pesar de lo anterior, se suele utilizar bastantes anglicismos a la hora de hacer negocios. Al presentar documentación o catálogos en inglés puede fortalecer la imagen de la empresa. Los trabajos de planificación y diseño tienen una mayor categoría que los de gestión.

El trato personal, en el interior de país, suele ser más formal que en la zona costera. Mientras que en la primera se suele utilizar el "usted", en la segunda se usa el "tú". Además, la mayoría de personas utiliza en título de doctor al referirse a personas con cierto status profesional aunque no ostenten dicho título.

A continuación se detallan algunos consejos adicionales¹⁴:

- Las tarjetas deben estar impresas en español en inglés, siempre.
- Las reuniones de negocios deben ser solicitadas con 1 o 2 semanas de anticipación.
- Se debe asistir puntualmente a las reuniones aunque la contraparte demore en llegar. Generalmente la tolerancia es de entre 5 y 15 minutos.
- La forma correcta de dirigirse es utilizando "señor" o "señora", seguido del apellido paterno.
- Al estar almorzando, es preferible que sean los locales quienes inicien la conversación sobre negocios.
- Es común el saludo por medio de apretón de manos, y besos en ambas mejillas en el caso de las mujeres.
- Se debe evitar el mostrar prisa al momento de tomar decisiones.
- Después de la firma de algún documento o contrato se debe registrar el mismo ante una notaria (registro de autenticación).
- Al viajar es recomendable llegar un día antes para poder aclimatarse.
- Evitar mencionar la palabra "coger" ya que se la vincula al acto sexual. Se debe sustituir por tomar o agarrar.

¹³ Global Negotiator

¹⁴ Communicaid group. Ltd.

- Durante las conversaciones se suele ofrecer “tintos” (café en taza pequeña). Se recomienda mencionar su calidad.

8. Contactos de Interés

Ministerio de Comercio Exterior

<http://www.mincomercio.gov.co>

Proexport Colombia

<http://www.proexport.com.co>

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)

<http://www.dian.gov.co>

Banco Colombiano de Exportaciones (BANCOLDEX)

<http://www.bancoldex.com>

Banco de la República de Colombia

<http://www.banrep.gov.co/>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística

<http://www.dane.gov.co/>

Cámara de Comercio de Bogotá

<http://camara.ccb.org.co/>

Cámara de Comercio de Medellín

<http://www.camamed.org.co/>

Cámara de Comercio de Cali

<http://www.ccc.org.co/>

Cámara de Comercio de Barranquilla

<http://www.camarabaq.org.co/>

Cámara de Comercio e Integración Colombo Peruana (COLPERU)

<http://www.colperu.com/>

Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI)

<http://www.andi.org.co/>

Embajada de Colombia

<http://www.embajadacolombia.org.pe/html/estad4.mht>

9. Eventos Comerciales¹⁵



Agroexpo

Del 11 al 21 de julio de 2013 en el Centro de Convenciones Corferías, Bogotá

¹⁵www.nferias.com

Muestra de maquinaria, equipos e insumos utilizados en el sector agrícola y ganadero. De interés especial para agropecuarios, ingenieros agrícolas, veterinarios, genetistas e investigadores en general.



Agro del Pacífico

Del 28 al 30 de junio de 2012 en el Centro de Eventos Valle del Pacífico, Yumbo

Lo último en insumos, maquinaria y tecnología para el sector agrícola y ganadero.



Expo fincas Medellín

Del 25 al 29 de abril de 2012 en el Palacio de Exposiciones Plaza Mayor, Medellín

Muestra de insumos, equipos, herramientas, maquinaria para el sector agropecuario. Además, se brindan servicios especializados en nutrición animal, inseminación y transferencia embrionaria. Es una de las mayores muestras pecuarias de la zona.



Feria del Hogar

Del 30 agosto al 16 de setiembre de 2012 en el Centro de Convenciones Corferias, Bogotá

Exposición de muebles, objetos decorativos para el hogar y el jardín, utensilios de cocina, electrodomésticos, alimentos, moda, calzado para hombre y mujer, indumentaria deportiva, juguetes, etc.



Makro Extravaganza

Del 12 al 16 de junio de 2012 en el Centro de Convenciones Corferias, Bogotá

Muestra organizada por Makro en donde se ofertan alimentos y bebidas a los representantes de compras de los restaurantes, hoteles, empresas de catering, pastelerías, cafés, hospitales y comercios de Colombia.

Además, Makro Extravaganza también organiza una serie de conferencias y talleres de interés para los sectores involucrados.



Feria de las Colonias

Del 12 al 22 de julio de 2012 en el Centro de Convenciones Corferias, Bogotá

Muestra y promoción de la cultura, la artesanía y la gastronomía de Colombia. Se han involucrado para tal fin a gobiernos regionales, instituciones públicas, empresas, gremios, etnias y comunidades indígenas del país.


Expo Vinos

Del 13 al 16 de junio de 2012 en el Centro de Convenciones Corferias, Bogotá

Exposición especializada en vinos y cavas donde acuden las principales bodegas, enólogos y sommeliers de todo el Mundo. Se muestran las últimas creaciones, novedades y tendencias del sector.

Además, existe la posibilidad de talleres de maridaje y conferencias referidas al sector.


Colombiatex de las Américas

Del 22 al 24 de enero de 2013 en el Palacio de Exposiciones Plaza Mayor, Medellín

Muestra latinoamericana en donde se exhibe lo último en tejidos, insumos, equipos y maquinaria para la industria de la moda, el calzado, la marroquinería y el menaje para el hogar. Además de las novedades y tendencias del mundo textil y de la confección, se realizan también conferencias y foros de debate organizados por Colombiatex.



salón de la moda
corferias

Salón de la moda de Bogotá

Del 14 al 17 de febrero de 2012 en el Centro de Convenciones Corferias, Bogotá

Exposición de las últimas novedades del sector y encuentros de negocio entre diseñadores y fabricantes tanto nacionales como internacionales.

**International Footwear and Leather Show**

Del 05 al 08 de febrero de 2013 en el Centro de Convenciones Corferias, Bogotá

Exposición de calzado, accesorios y prendas de ropa elaboradas en piel que permite a los diseñadores, fabricantes y asistentes tejer una red de contactos comerciales a nivel nacional e internacional.

**Babies and Kids**

Del 16 al 20 de agosto de 2012 en el Centro de Convenciones Corferias, Bogotá

Babies and Kids es uno de los eventos especializados en la infancia más importantes del territorio colombiano. Se muestra ropa para la mamá y para el bebé, muebles, decoración infantil, productos de belleza e higiene para el niño y la futura madre, juguetes y material pedagógico.

10. Bibliografía

Aduana de Colombia

América Economía

Business Monitor

Banco Mundial

Banco de la República

CEPAL

Comunicaid Group

Comunidad Andina (CAN)

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)

Doing Business

EEAS EUROPA

Global Negotiator

Global Trade Atlas

ICEX

Invest in Colombia

Instituto Nacional de Vías - INVIAS

Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú

PROEXPORT

SUNAT – Perú

Superintendencia de Puertos y Transporte

Superintendencia Financiera

Superintendencia de Puertos y Transporte

The Federation of International Trade Associations (FITA)

Trade Map

WEF Global Competitiveness Report 2011-2012