

SERVICIOS AL  
**EXPORTADOR**

**información**

+

2011

Guía de Mercado



**Colombia**



## **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 todos los años de la década pasada, y en promedio anual creció 4.1% en ese periodo.

El año 2010, el PBI colombiano aumentó 4.3% por el dinamismo de la demanda interna, principalmente de bienes duraderos como vehículos y electrodomésticos, además por el marcado crecimiento del sector minero (carbón y petróleo), seguido de la industria (6,5%) y el comercio (4,9%).

Las importaciones de Colombia se incrementaron a una tasa anualizada de 11.7% entre los años 2006 y 2010. Estas adquisiciones sumaron US\$ 40,683 millones el año pasado, lo cual representó 23.7% más que el año 2009 y; Estados Unidos (25.9% del total), China (13.5%), México (9.5%), Brasil (5.8%) y Alemania (4.1%) fueron los principales proveedores de este país, mientras que el Perú explicó 1.9% de estas compras.

El comercio entre Perú y Colombia totalizó US\$ 2,074 millones en 2010, es decir 33.6% más que el año anterior. Este comercio ha sido permanentemente deficitario para el Perú y, en 2010 tuvimos una balanza negativa de US\$ 481 millones. Las ventas peruanas a Colombia se incrementaron 12.2% en promedio anual en los últimos cinco años, y las adquisiciones nacionales desde ese país lo hicieron en 9.1% en promedio cada año.

El año pasado, las ventas peruanas a Colombia ascendieron a US\$ 797 millones, con lo cual registraron un aumento de 23.3% respecto a 2009. Del total exportado, 86.7% correspondió a productos no tradicionales, los cuales sumaron US\$ 690 millones de ventas y registraron 24.1% de variación con relación al año 2009.

Los sectores no tradicionales con mayores valores de venta a Colombia, en 2010, fueron sidero - metalúrgico (US\$ 219 millones de exportaciones), químico (US\$ 164 millones), textil (US\$ 88 millones) y agropecuario (US\$ 83 millones). Por otro lado, los productos sidero metalúrgicos (US\$ 73 millones adicionales), químicos (US\$ 20 millones) y textiles (US\$ 19 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 Km<sup>2</sup>; 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 otras<sup>1</sup>.

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 Colombia<sup>2</sup>.

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 personas<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> DANE – Colombia. Portal de Turismo - Colombia

<sup>2</sup> DANE – Colombia. América Economía. Business Monitor

<sup>3</sup> CIA

## 2. Situación económica y de coyuntura

### 2.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas<sup>4</sup>

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 4.1% entre los años 2001 y 2010.

El año 2010, el PBI de Colombia aumentó 4.3% por el dinamismo de la demanda interna, principalmente de bienes duraderos como vehículos y electrodomésticos, además por el marcado crecimiento del sector minero (carbón y petróleo), seguido de la industria (6,5%) y el comercio (4,9%). 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 2010, la tasa de desempleo se situó en 11.8%. Una mayor concentración de personas ocupadas se registró en el sector comercial, restaurantes y hoteles, además de servicios comunales, sociales y personales<sup>5</sup>.

**Cuadro N° 1: Colombia**  
**Evolución de los indicadores macroeconómicos**  
**2006 – 2010**

Indicadores	2006	2007	2008	2009	2010
PBI (variación %)	6.7	6.9	3.5	1.5	4.3
PBI Per cápita (US\$)	3,471	4,338	5,027	5,542	6,273
Desempleo (variación %)	12.0	11.1	11.3	12.0	11.8
Inflación (variación %)	4.5	5.7	7.7	2.0	3.2

Fuente: DANE

Cabe destacar que las ramas de actividad económica que tuvieron una mayor variación positiva en la economía colombiana durante el año 2010 fueron: explotación de minas y canteras (11.1%), industria manufacturera (4.9%), construcción de obras civiles (6.2%), Comercio (6.0%), transporte y comunicaciones (4.8%). El sector agropecuario fue el único que disminuyó 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 adjunto<sup>6</sup>.

<sup>4</sup>Banco de la República de Colombia – Informe sobre la inflación 2010

<sup>5</sup>Valores y acciones - [www.accivalores.com](http://www.accivalores.com)

<sup>6</sup> Para mayor información: [www.xe.com](http://www.xe.com)

Mid-market rates: 2011-09-06 20:01 UTC

**1.00 USD=1,790.00 COP**

US Dollar Colombian Peso

1 USD = 1,790.00 COP 1 COP = 0.000558659 USD

Mid-market rates: 2011-09-06 19:59 UTC

**1.00 PEN = 169.996 CLP**

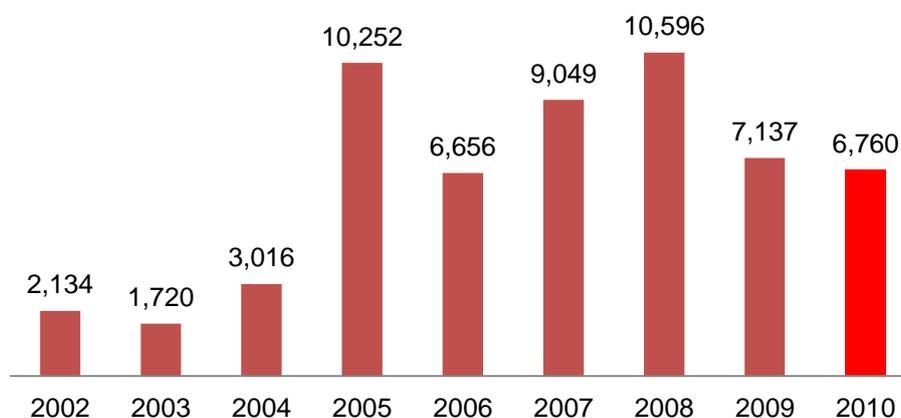
Peruvian Nuevo Sol Chilean Peso

1 PEN = 169.996 CLP 1 CLP = 0.00588248 PEN

#### • Inversión extranjera

La IED en Colombia llegó a un máximo de US\$ 10,596 millones el año 2008, y los dos siguientes años tuvo una tendencia decreciente. Sin embargo, en el primer trimestre de 2011, Colombia registró US\$ 3,698 millones de IED, lo que constituye el segundo mayor valor de su historia económica después de la inversión de Sab Miller en la compra de Bavaria efectuada en el cuarto trimestre de 2005.

**Gráfico N° 1**  
**Colombia: Inversión Extranjera Directa 2002 - 2010**  
**(En millones de US\$)**

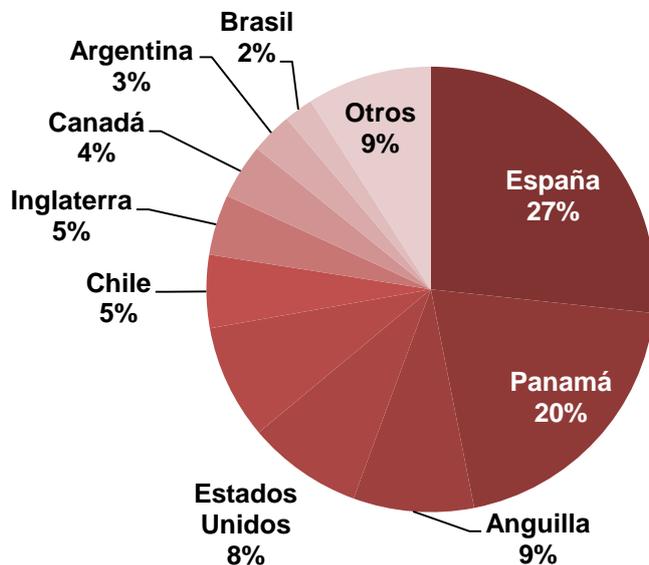


Fuente: Banco de la República

En los tres primeros meses del año, España, Panamá, Anguilla y Estados Unidos fueron los principales países inversionistas en Colombia con un valor invertido de US\$ 459 millones, US\$ 347 millones, US\$ 149 millones y US\$ 1446 millones, respectivamente.

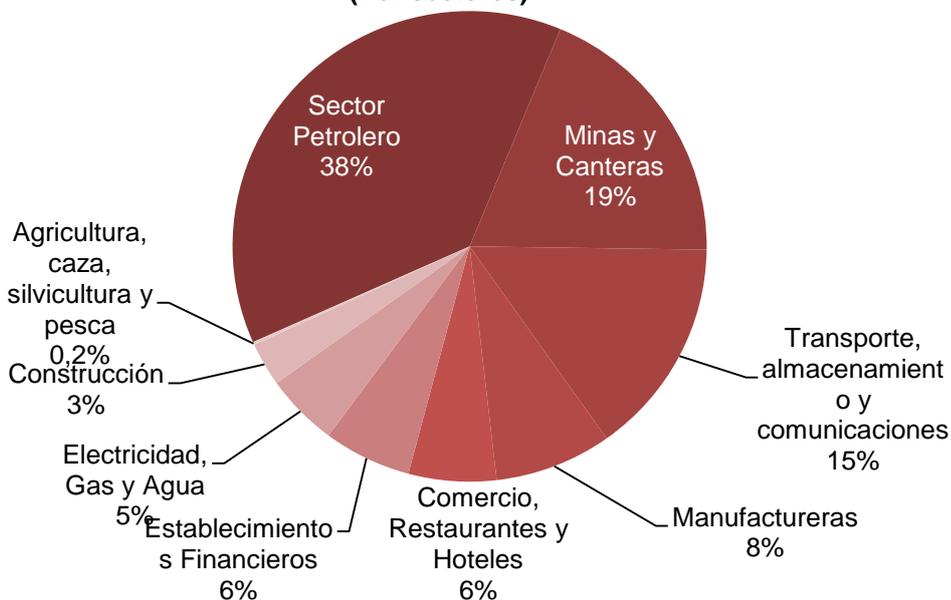
Los sectores que concentraron la IED en Colombia fueron petrolero (38% del total), minas y canteras (19%), transportes, almacenamiento y comunicaciones (15%), manufacturas (8%), comercio, restaurantes y hoteles (6%).

**Gráfico N° 2**  
**Colombia: Inversión Extranjera Directa I Trim. 2011**  
**(Por países)**



Fuente: Banco de la República

**Gráfico N° 3**  
**Colombia: Inversión Extranjera Directa I Trim. 2011**  
**(Por sectores)**



Fuente: Banco de la República

## 2.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos<sup>7</sup>

La industria manufacturera representó 14.9% del PBI colombiano el año 2008, mientras que el sector comercio, restaurantes y hoteles lo hizo con 12.1%, el agropecuario con 7.9% y la construcción con 7.8%.

En el caso de los servicios los sectores más representativos fueron servicios sociales, comunales y personales (16.4%), establecimientos financieros, seguros y servicios a empresas (15.7%), además de comercio, restaurantes y hoteles (12.1%).

**Cuadro N° 2: Colombia PBI sectorial  
Participación en el PBI (%)**

Sectores	2006	2007	2008
Agropecuario	8,65	8,17	7,94
Industria Manufacturera	15,89	16,15	14,92
Explotación de Minas y Canteras	7,07	6,42	7,91
Electricidad, Gas y Agua	3,14	3,05	3,06
Construcción	6,67	6,87	7,82
Comercio, restaurantes y hoteles	12,47	12,24	12,07
Transporte, Almacenamiento y Comunicación	6,73	6,77	6,25
Establecimientos financieros, seguros y servicios a empresas	14,87	15,10	15,67
Servicios sociales, comunales y personales	17,14	16,84	16,41
Otros	7,37	8,39	8,14
<b>TOTAL</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Banco de la República – DANE

## 2.3 Nivel de Competitividad

Según la clasificación global del *Doing Business* (Facilidad de hacer negocios), entre 183 economías, Colombia se encuentra en la posición 39<sup>o</sup> y el Perú en la 36<sup>o</sup>. Con este resultado, Colombia disminuyó una posición con respecto a 2010, debido principalmente a la pérdida de competitividad en temas como pago de impuestos (bajo cinco posiciones), obtención de crédito (bajo cuatro posiciones) y registro de propiedad (bajo tres posiciones).

Mientras que el Perú subió 10 posiciones con relación al año pasado, fundamentalmente por la mejora en apertura de negocios (subió 49 posiciones) y comercio transfronterizo (subió 27 posiciones).

<sup>7</sup> Banco de la República en ICEX

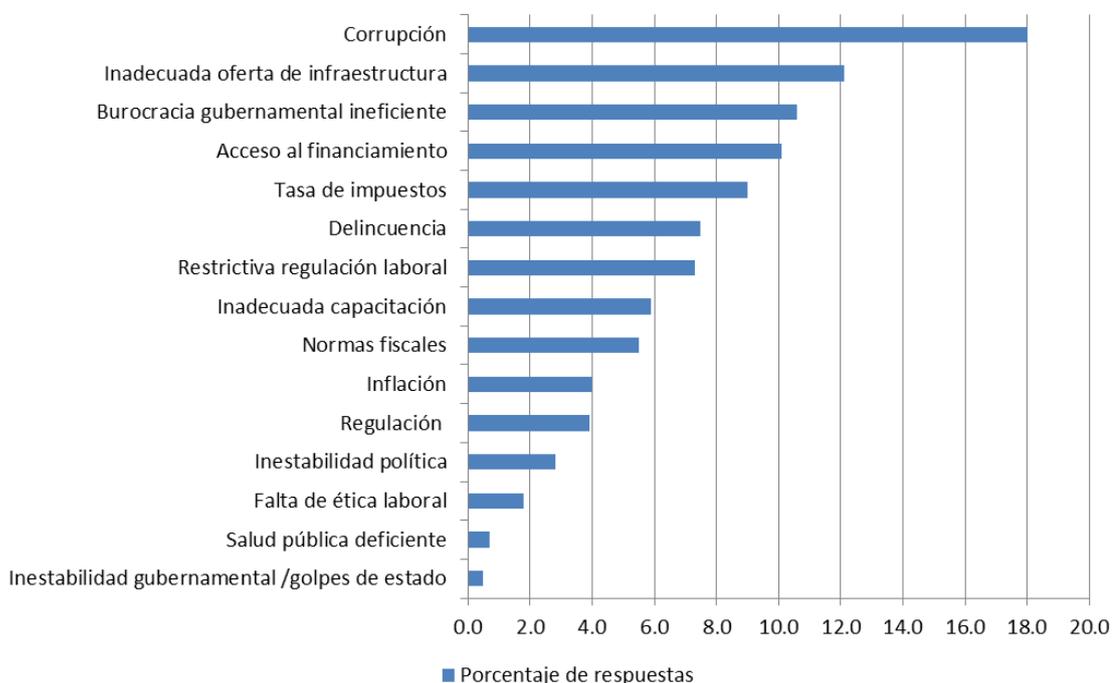
**Cuadro N° 3: Ranking de Facilidad para hacer negocios 2011**

Criterios	Colombia	Perú	Chile	Ecuador	Brasil	Argentina	México
<b>Facilidad de hacer negocios</b>	<b>39</b>	<b>36</b>	<b>43</b>	<b>130</b>	<b>127</b>	<b>115</b>	<b>35</b>
Apertura de un negocio	73	54	62	158	128	142	67
Manejo permiso de construcción	32	97	68	88	112	168	22
Registro de propiedades	55	24	45	69	122	118	105
Obtención de crédito	65	15	72	89	89	65	46
Protección de los inversores	5	20	28	132	74	109	44
Pago de impuestos	118	86	46	81	152	143	107
Comercio transfronterizo	99	53	68	126	114	115	58
Cumplimiento de contratos	150	110	68	100	98	45	81
Cierre de una empresa	29	96	91	133	132	77	23

Fuente: Doing Business 2010. Banco Mundial

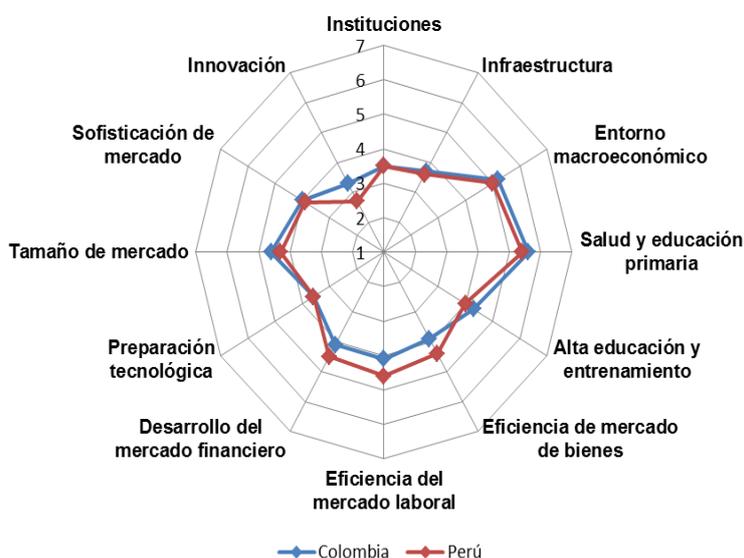
Si analizamos los factores que son un obstáculo para hacer negocios en Colombia, el Global Competitiveness Report identifica como los principales problemas a la corrupción, la inadecuada oferta de infraestructura, la burocracia ineficiente y el acceso al financiamiento.

**Gráfico N° 4: Factores problema para hacer negocios**



Fuente: WEF Global Competitiveness Report 2010-2011. 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 2010, el comercio exterior de Colombia sumó US\$ 80,503 millones, es decir 22.4% de aumento con respecto al año anterior; y alcanzó los valores que tenía previo a la crisis económica internacional. Respecto a la balanza comercial, este país tuvo un saldo negativo de US\$ 863 millones el año pasado.

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

Indicadores	2006	2007	2008	2009	2010	Var % Prom. 2010 - 2006	Var% 2010 - 2009
Exportaciones	24,391	29,991	37,626	32,853	39,820	13.0	21.2
Importaciones	26,162	32,897	39,669	32,898	40,683	11.7	23.7
Balanza Comercial	-1,771	-2,906	-2,043	-45	-863	-----	-----
Intercambio Comercial	50,553	62,888	77,295	65,751	80,503	12.3	22.4

Fuente: DANE

Las exportaciones colombianas totalizaron US\$ 39,820 millones en 2010, valor 21.2% 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 2010, fueron Estados Unidos (43.1% del total), China (4.9%), Ecuador (4.6%), Países Bajos (4.1%) y Venezuela (3.6%) y, en conjunto estos destinos representaron 60.2% 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, Países Bajos y Suiza. Mientras que el año pasado, los valores de las ventas externas superaron a los alcanzados antes de la crisis, con excepción de Venezuela y Suiza.

**Cuadro Nº 5: Principales destinos de las exportaciones de Colombia  
(Millones de US\$)**

Países	2007	2008	2009	2010	Var % 2009/2010
Estados Unidos	10,609	14,289	13,123	17,143	30.6
China	785	443	950	1,967	107.1
Ecuador	1,276	1,500	1,257	1,825	45.1
Países Bajos	836	752	1,345	1,617	20.3
Venezuela	5,210	6,092	4,050	1,423	-64.9
Perú	806	855	788	1,132	43.6
Brasil	471	649	577	1,040	80.4
Panamá	246	319	310	936	202.4
Chile	376	849	627	907	44.6
Suiza	885	946	1,038	854	-17.7
Otros	8,490	10,934	8,789	10,975	24.9
<b>Total</b>	<b>29,991</b>	<b>37,626</b>	<b>32,853</b>	<b>39,820</b>	<b>23.7</b>

Fuente: TRADEMAP Elaboración: PROMPERU

Las importaciones colombianas sumaron US\$ 40,683 millones el año pasado, lo cual representó un aumento de 23.7% con respecto a 2009. Además, los cinco principales países proveedores fueron Estados Unidos (25.9%), China (13.5%), México (9.5%), Brasil (5.8%), 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 11.7% entre los años 2006 y 2010, y en ese periodo, resaltó el incremento de las compras desde Estados Unidos (10.9% en promedio anual), China (25.3%), Francia (28.8%) y Alemania (15.4%), mientras que entre los proveedores de América Latina lo hicieron México (13.9%), Argentina (26.7%), Brasil (5.9%) y Perú (11.0%).

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

Proveedores	2007	2008	2009	2010	Var % 2009/2010
Estados Unidos	8,631	11,583	9,506	10,532	10.8
China	3,327	4,549	3,715	5,477	47.4
México	3,073	3,126	2,298	3,857	67.8
Brasil	2,394	2,328	2,147	2,370	10.4
Alemania	1,205	1,557	1,338	1,658	23.9
Argentina	712	920	1,043	1,509	44.7
Francia	541	929	1,514	1,182	-21.9
Japón	1,231	1,153	825	1,157	40.1
República de Corea	897	920	680	941	38.4
Ecuador	733	810	695	835	20.2
Otros	10,154	11,794	9,137	11,166	22.2
<b>Total</b>	<b>32,897</b>	<b>39,669</b>	<b>32,898</b>	<b>40,683</b>	<b>23.7</b>

Fuente: TRADEMAP Elaboración: PROMPERU

### 3.2 Intercambio Comercial Perú con Colombia

El intercambio comercial entre Perú y Colombia sumó US\$ 2,074 millones en 2010, con lo cual se registró 33.6% de incremento respecto al año anterior. Este comercio ha sido permanentemente deficitario para el Perú y, en 2010, por ejemplo, tuvimos una balanza negativa de US\$ 481 millones.

Las importaciones peruanas desde Colombia aumentaron 41.0% el año pasado con relación a 2009, al sumar US\$ 1,277 millones. Estas compras se concentraron en productos como aceite de petróleo (US\$ 208 millones), hulla bituminoso (US\$ 67 millones), polipropileno en forma primera (US\$ 63 millones).

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

Indicadores	2006	2007	2008	2009	2010	Var % Prom. 2010 - 2006	Var% 2010 - 2009
Exportaciones	503	617	709	646	797	12.2	23.3
Importaciones	903	932	1,213	906	1,277	9.1	41.0
Balanza Comercial	-400	-315	-504	-260	-481	-----	-----
Intercambio Comercial	1,406	1,550	1,922	1,552	2,074	10.2	33.6

Fuente: SUNAT

Las ventas de productos peruanos a Colombia aumentaron 12.2% en promedio anual en los últimos cinco años, y en 2010 sumaron US\$ 797 millones. El 86.7% de lo exportado a este país, el año pasado, correspondió a los sectores no tradicionales, entre los cuales destacaron sidero-metalúrgico (US\$ 219 millones), químico (US\$ 164 millones), textil (US\$ 88 millones) y agropecuario (US\$ 83 millones).

Alambre de cobre refinado (US\$ 187 millones), alimentos para camarón (US\$ 18 millones), impresos publicitarios (US\$ 15 millones), pisos y revestimientos cerámicos (US\$ 15 millones), películas de polipropileno (US\$ 14 millones), preformas de PET (US\$ 13 millones), cebollas (US\$ 11 millones), T-shirts de algodón de punto para hombres (US\$ 11 millones) fueron los productos no tradicionales más vendidos al mercado colombiano el año pasado.

**Cuadro Nº 8: Exportaciones por sectores económicos a Colombia  
(En millones de US\$)**

Sector	2009	2010	Var %
<b>Tradicional</b>	<b>90</b>	<b>106</b>	<b>18.3</b>
<b>Mineros</b>	<b>27</b>	<b>40</b>	<b>46.0</b>
Cobre	1	0	-100.0
Plata	4	5	36.6
Plomo	3	3	1.9
Zinc	16	29	79.3
Oro	1	0	
Estaño	3	3	12.2
<b>Pesquero</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>12.1</b>
Harina de pescado	2	2	20.8
Aceite de pescado	2	2	4.7
<b>Petróleo y Gas Natural</b>	<b>19</b>	<b>21</b>	<b>9.6</b>
Petróleo derivados	19	21	9.6
<b>Agrícolas</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>3.8</b>
Azúcar	0	8	38,550.0
Café	39	33	-16.0
<b>No Tradicional</b>	<b>556</b>	<b>690</b>	<b>24.1</b>
Agropecuario	88	83	-5.3
Textil	69	88	27.9
Pesquero	11	10	-5.9
Químico	144	164	14.0
Metal-mecánico	31	42	33.9
Sídero-metalúrgico	146	219	50.0
Minería no metálica	22	35	58.7
Maderas y papeles	29	33	11.6
Pieles y cueros	0	0	25.0
Varios (incluido joyería)	16	16	-0.4
<b>Total</b>	<b>646</b>	<b>797</b>	<b>23.3</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración. PROMPERU

El valor de las exportaciones de las grandes empresas se incrementó en 40.5% durante el año 2010. La variación fue de aproximadamente US\$ 109 millones mientras que el valor exportado no superó el nivel de pre crisis.

Caso contrario se observa en los montos exportados por parte de la mediana empresa en donde el incremento del valor de las exportaciones fue mayor al obtenido en el año 2008, y sumó 301 millones.

Por otro lado, el monto exportado de las empresas pequeñas y micro empresas durante 2010 registraron aumentos de 10.6% y 0.4% respectivamente.

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

Nro.	Partida	Descripción	2009	2010	Var %
1	7408110000	ALAMBRE DE COBRE REFINADO, SECCION TRANSV. > 6 MM	121,369	187,321	54.3
2	2309909000	PREPARACIONES UTILIZADAS PARA LA ALIMENTACION DE LOS ANIMALES	21,857	17,521	-19.8
3	4911100000	IMPRESOS PUBLICITARIOS, CATALOGOS COMERCIALES Y SIMILARES	14,323	14,953	4.4
4	6908900000	PLACAS Y BALDOSAS DE CERAMICA BARNIZADAS, ESMALTADA	7,826	14,608	86.7
5	3920209000	PLACAS, LÁMINAS, POLIPROPILENO METALIZADA, >25 MICRONES ESPESOR	15,879	14,386	-9.4
6	7901120000	CINC SIN ALEAR, CON UN CONTENIDO DE CINC INFERIOR AL 99,99% EN PESO	12,898	13,737	6.5
7	3923302000	PREFORMAS	15,709	13,132	-16.4
8	703100000	CEBOLLAS Y CHALOTES, FRESCOS O REFRIGERADOS	3,721	11,398	206.3
9	6109100039	DEMÁS T-SHIRTS DE ALGODON, PARA HOMBRES O MUJERES	5,822	10,636	82.7
10	2207100000	ALCOHOL ETILICO SIN DESNATURALIZAR GRADO ALCOHOLICO VOL. >=80% VOL	1,223	10,559	763.0
11	4011209000	NEUMÁTICOS UTILIZADOS EN AUTOBUSES O CAMIONES	7,330	9,495	29.5
12	1905310000	GALLETAS DULCES (CON ADICION DE EDULCORANTE)	8,316	9,327	12.1
13	3304990000	PREPARACIONES DE BELLEZA, MAQUILLAJE Y CUIDADO DE LA PIEL	7,078	8,614	21.7
14	4011101000	NEUMÁTICOS RADIALES	4,288	8,153	90.1
15	7010904000	BOMBONAS, BOTELLAS, FRASCOS DE VIDRIO, CAPACIDAD <= 0.15 L	6,758	7,787	15.2
		Otros	301,873	338,794	12.2
		<b>Total</b>	<b>556,270</b>	<b>690,419</b>	<b>24.1</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

**Cuadro N° 10: Número y Tamaño de Empresas Exportadoras**

Tamaño de Empresa	Número de Empresas			Exportaciones Millones de US\$			Var % 2010/2009
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	
Grande	12	10	13	383	268	377	40.5
Mediana	73	94	99	219	271	301	11.3
Pequeña	254	258	283	93	91	100	10.6
Micro	566	609	601	15	16	16	0.4
<b>Total</b>	<b>905</b>	<b>971</b>	<b>996</b>	<b>709</b>	<b>646</b>	<b>795</b>	<b>23.1</b>

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 implantación 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	5	0	Chile (0%), Canadá (5%), Brasil (0%)
2	2309909000	PREPARACIONES PARA LA ALIMENTACION DE ANIMALES	15	0	Estados Unidos (15%), China (15%), Brasil (6.9%)
3	4911100000	IMPRESOS PUBLICITARIOS, CATALOGOS COMERCIALES	20	0	Chile (0%), Estados Unidos (20%), China (20%)
4	6908900000	PLACAS Y BALDOSAS DE CERAMICA BARNIZADAS	15	0	China (15%), México (0%), Brasil (7.95%)
5	3920209000	PLACAS, LÁMINAS POLIPROPILENO METALIZADA >25 MICRONES ESPESOR	20	0	Ecuador (14.4%), Estados Unidos (20%), México (0%)
6	7901120000	CINC SIN ALEAR, CONTENIDO <99,99% EN PESO	5	0	Alemania (5%), México (0%)
7	3923302000	PREFORMAS	10	0	México (0%), Ecuador (0%), China (10%)
8	0703100000	CEBOLLAS Y CHALOTES, FRESCOS O REFRIGERADOS	15	0	Ecuador (0%), China (15%), Países Bajos (15%)
9	6109100000	DEMÁS T-SHIRTS DE ALGODÓN, PARA HOMBRES O MUJERES	20	0	China (0%), Portugal (20%), Turquía (20%)
10	2207100000	ALCOHOL ETILICO SIN DESNATURALIZAR, ALCOHOLICO VOL. >=80% VOL	15	0	Ecuador (0%), Bolivia (0%), Cuba (10.5%)

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 Colombia<sup>8</sup>

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%.

<sup>8</sup> 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**

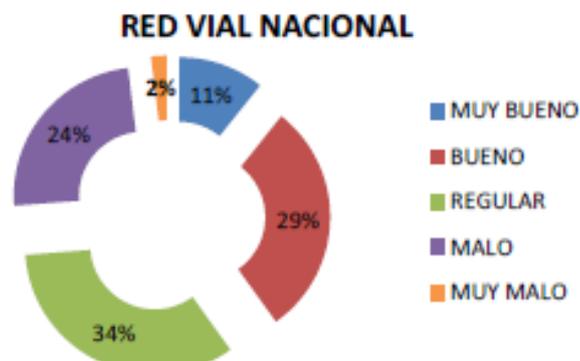
Los productos de limpieza comparten con los alimentos envasados gran parte del canal de distribución: supermercados, bodegas, mercados de abastos. Asimismo, las empresas distribuidoras de productos de consumo masivo que atienden preferentemente el canal tradicional, tienen en su mezcla de producto principalmente 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 2009<sup>9</sup>). 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 la primera mitad del año, el comercio exterior marítimo se elevó en 10,6% 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 12,9%.

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

<b>Tráfico Portuario</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>Var % 2010/2011</b>
Importación	11,214	12,260	15,880	29.5
Exportación	50,629	65,080	69,650	7.0
Comercio Exterior	61,842	77,340	85,530	10.6
Cabotaje	257	190	400	110.6
Fluvial	117	38	34	-10.3
Transbordo	599	166	55	-66.9
Tránsito Internacional	4,451	5,563	8,010	44.0
Transitoria	164	116	109	-5.9
<b>Total</b>	<b>67,430</b>	<b>83,413</b>	<b>94,138</b>	<b>12.9</b>

Fuente: Superintendencia de puertos y transportes de Colombia

<sup>9</sup>Diagnóstico 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 Colombia**<sup>10</sup>

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 <sup>11</sup>			
Canadá <sup>12</sup>			
EFTA			

Fuente: Cancillería de Colombia

En temas de cooperación técnica bilateral entre ambos países, se realizaron trabajos en temas afines ala salud, educación, genero, 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 Bogota 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)

<sup>10</sup> [www.cancilleria.gov.co](http://www.cancilleria.gov.co)<sup>11</sup> A partir del 1 de julio de 2011<sup>12</sup> 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 2006 y 2010).

**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 $\geq 5\%$ 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, las 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 1990:2015**  
**(Cifras en miles de millones de pesos colombianos)**

Grupos de consumo	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
<b>TOTAL</b>	<b>14,880</b>	<b>55,150</b>	<b>111,923</b>	<b>152,412</b>	<b>164,302</b>	<b>184,409</b>

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 Tradicional<sup>13</sup>. 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 adicionales<sup>14</sup>:

- 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 almozando, 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.

<sup>13</sup> Global Negotiator

<sup>14</sup> 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.camaramed.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 Comerciales<sup>15</sup>



### Agroexpo

Del 14 al 24 de julio de 2011 en el Centro de Convenciones Corferias, Bogotá

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.

---

<sup>15</sup>[www.nferias.com](http://www.nferias.com)



### Agro del Pacífico

Del 19 al 21 de mayo de 2011 en el Centro de Eventos Valle del Pacífico, Yumbo

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



### Expo Trópica

Del 25 al 17 de marzo de 2011 en Expo Futuro, Pereira

Exposición de flores, follaje, frutas, semillas, rizomas, fertilizantes, empaques, herramientas, invernaderos y plásticos. Se ofrecen también servicios financieros y de transporte, a los viveros del país, para productores, distribuidores y exportadores del sector.



### Expo fincas Medellín

Del 23 al 27 de marzo de 2011 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 1 al 18 de setiembre de 2011 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.



### MakroExtravaganza

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, MakroExtravaganza también organiza una serie de conferencias y talleres de interés para los sectores involucrados.



### Feria de las Colonias

Del 11 al 21 de agosto de 2011 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 Deleite Risaralda

Del 14 al 17 de julio de 2011 en Expo Futuro, Pereira

Evento gastronómico en donde se reúnen los principales restaurantes, escuelas de cocina y proveedores de productos y servicios para del sector. Se organizan exposiciones de alimentos, bebidas, equipos y tecnología para la restauración y la hostelería. También se ofrece catas y degustaciones para los visitantes.



### Expo Vinos

Del 15 al 18 de junio de 2011 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.



### Salón Textil

Del 8 al 10 de junio de 2011 en el Centro de Convenciones Corferias, Bogotá

Feria para la promoción, lanzamiento y comercialización de materiales, equipos y maquinaria para el sector textil. Se muestra las últimas innovaciones en diseño, producción del mercado en general.



### Colombiatex de las Américas

Del 25 al 27 de enero de 2011 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 15 al 18 de febrero de 2011 en el Centro de Convenciones Corferias, Bogotá

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



### International Footwear and Leather Show

Del 16 al 19 de febrero de 2011 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 asistentestejer una red de contactos comerciales a nivel nacional e internacional.



### Babies and Kids

Del 15 al 19 de junio de 2011 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.



### Sala

Del 3 al 5 de agosto de 2011 en el Centro de Convenciones Corferias, Bogotá

Exhibición de operadores logísticos y de transporte, fabricantes, distribuidores de vehículos, empresas especializadas en el almacenaje y mantenimiento de mercancías y compañías de telecomunicaciones.

## 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