

SERVICIOS AL  
EXPORTADOR

información

2015

Guía de Mercado  
Colombia

Industria de la moda  
Y decoración



*prom*  
perú

## Contenido

I.	Resumen Ejecutivo .....	3
II.	Información General .....	4
III.	Situación Económica y de Coyuntura .....	5
3.1.	Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas .....	5
3.2.	Evolución de los Principales Sectores Económicos .....	6
3.3.	Nivel de Competitividad .....	7
IV.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios .....	8
4.1.	Intercambio Comercial Colombia - Mundo .....	8
4.2.	Intercambio Comercial Perú - Colombia .....	9
V.	Acceso al Mercado .....	11
5.1.	Medidas Arancelarias y No Arancelarias .....	11
5.2.	Otros impuestos Aplicados al Comercio .....	14
6.1.	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales .....	14
6.2.	Productos con Potencial Exportador .....	15
VII.	Tendencias del Consumidor .....	18
VIII.	Cultura de Negocios .....	19
IX.	Links de interés .....	20
X.	Eventos Comerciales .....	20
XI.	Bibliografía .....	20

## I. Resumen Ejecutivo

Colombia es un mercado de 46 millones de consumidores y ocupa el cuarto lugar entre las economías latinoamericanas con un PBI de US\$ 400 mil millones, únicamente por detrás de Brasil, México y Argentina.

La economía colombiana creció 4,8% en 2014. Se proyecta que este crecimiento se mantendrá constante a tasas ligeramente superiores al 4% para el periodo 2015 – 2017, sustentado en la expansión de la inversión, especialmente en minería e hidrocarburos; y el incremento de la demanda interna y el consumo privado. Sin embargo, se podrían obtener tasas más dinámicas si el gobierno logra cerrar un acuerdo de paz con las guerrillas.

Las importaciones de Colombia, en 2014, sumaron US\$ 64 060 millones; con lo cual registraron un incremento promedio anual de 12,0% en el último quinquenio. Estados Unidos fue el principal proveedor de este mercado el año pasado, con una participación de 29% sobre el total de importaciones, y le siguieron China (18% de participación), México (8%), Alemania (4%) y Brasil (4%). Por su parte, Perú explicó el 2% del total de las compras colombianas.

El comercio entre el Perú y Colombia pasó de US\$ 2 076 millones a US\$ 2 424 millones entre 2010 y 2014, es decir 4,0% de variación en promedio anual. Mientras las ventas peruanas a Colombia se incrementaron 11,3% en promedio cada año en el último quinquenio, las adquisiciones peruanas desde Colombia descendieron 1,5%. Este comercio ha sido históricamente negativo para el Perú, pero el año pasado se registró un superávit comercial de US\$ 23 millones para nuestro país.

Las exportaciones peruanas a Colombia sumaron US\$ 1 224 millones en 2014, y registraron una variación de 43,2% respecto al año anterior. Este gran impulso de las ventas peruanas obedeció a las ventas de productos tradicionales como nafta y azúcar; pero también de bienes con valor agregado de los sectores sidero metalúrgicos (alambres de cobre refinado) y metalmecánicos.

Los envíos con valor agregado experimentaron un crecimiento de 10,0% entre 2013 y 2014. Los sectores con mayores valores de venta fueron químico (US\$ 216 millones), siderometalúrgico (US\$ 201 millones), agropecuario (US\$ 112 millones) y textil (US\$ 101 millones). Por otro lado, los sectores con incrementos significativos de ventas a Colombia, en 2014, fueron siderometalúrgico (31,6% de variación), metalmecánico (49%) y minería no metálica (14,6%).

Entre las confecciones peruanas de tejido plano destacan por su potencial de ventas a Colombia: pantalones y shorts de algodón; camisas, blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas; vestidos de fibras sintéticas, prendas de vestir para bebés y, chaquetas para damas. Mientras que en tejido de punto sobresalen camisetas de materias textiles varios; camisas, blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas; vestidos de fibras sintéticas y bragas de fibras sintéticas.

En el caso de decoración y joyería, los productos peruanos con posibilidades de exportación a Colombia son juguetes varios para niños, artículos de Navidad, muebles de metal y madera, estatuillas de metales así como obras de escultura; además de joyería de plata.

## II. Información General



La República de Colombia cuenta con una superficie de 2 129,7 mil kilómetros cuadrados y se encuentra ubicada en la región noroccidental de América del Sur. Limita al este con Venezuela y Brasil, al sur con Perú y Ecuador, y al noroeste con Panamá. Además, tiene costas tanto en el Océano Pacífico como en el Mar Caribe, en el que posee diversas islas. El país se encuentra dividido en 32 departamentos y un Distrito Capital.

Actualmente es el tercer país más poblado de América Latina con 46 millones de habitantes, únicamente por detrás de Brasil y México. El 75% de los colombianos viven en ciudades, y Bogotá es la urbe más poblada (8,7 millones de habitantes) y el centro económico de la nación. Además, presenta grandes aglomeraciones urbanas a lo largo de su territorio, entre las que destacan Medellín (3,7 millones), Cali (2,4 millones) y Barranquilla (1,9 millones), cabe agregar que otras 25 ciudades también superan los 100 mil habitantes.

Colombia es un país multicultural en cuanto a regiones y razas, y cuenta con la tercera mayor cantidad de hispanohablantes del mundo. Su población es, en gran parte, resultado del mestizaje entre europeos, indígenas y africanos, con minorías nativas, afrodescendientes y descendientes árabes.

Por último, es miembro fundador de la Comunidad Andina (CAN) y de la Alianza del Pacífico (AP), además de pertenecer a otros organismos internacionales como la Organización de Naciones Unidas (ONU), la Unión de Naciones Sudamericanas (UNASUR), la Organización Mundial del Comercio (OMC) entre otros.

### III. Situación Económica y de Coyuntura

#### 3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

**Cuadro N° 1: Principales Variables Macroeconómicas**

Indicadores Económicos	2011	2012	2013	2014	2015*
Crecimiento del PBI (%)	6,6	4,0	4,7	4,8	4,5
PBI per cápita (US\$)	11 619	12 165	12 776	13 459	14 164
Tasa de inflación (%)	3,4	3,2	2,0	2,8	2,6
Tasa de desempleo (%)	10,8	10,4	9,7	9,3	9,0

Fuente: FMI Statistics / DANE Elaboración: PROMPERU

##### a. Producto Bruto Interno total y sectorial

Las perspectivas para la economía colombiana para los próximos dos años son positivas debido al fortalecimiento de la demanda interna y el crecimiento del consumo privado. La inversión fija también se expandirá, especialmente en minería y petróleo, rubros en los cuales Colombia espera recibir flujos de capitales de hasta US\$ 50 mil millones durante el periodo 2010 – 2020<sup>1</sup>.

Pese al dinamismo mostrado en la última década, el ritmo de crecimiento parece haberse moderado en los últimos años al crecer a tasas por debajo del 5%. Este comportamiento estuvo sustentado principalmente por la menor demanda internacional, la caída en la productividad y la inversión en los sectores no energéticos debido a la elevada presión fiscal y la infraestructura aun deficiente

Asimismo, se prevé un crecimiento económico ligeramente superior al 4% para el periodo 2015 – 2017. Sin embargo, se podrían obtener tasas más dinámicas si el gobierno logra cerrar un acuerdo de paz con las guerrillas. Ello abriría las llanuras orientales del país para inversiones en agronegocios y redistribuir los gastos fiscales en seguridad y defensa a sectores más productivos.

##### b. Nivel de empleo

La tasa de desempleo fue 9,3% en 2014 y será 9,0% en 2015. Al igual que gran parte de países Latinoamericanos, la mayoría de la población económicamente activa se encuentra empleada por el sector informal, el cual representa entre el 20% y 40% del PBI. Asimismo, el gobierno estima crear 2,4 millones de nuevos puestos de trabajo a mediano plazo, por lo cual se espera que este indicador continúe decreciendo.

<sup>1</sup> Cfr. Euromonitor International

**c. Tipo de cambio**

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

1,00 USD = 2 437,3 COP
US Dollar      Peso Colombiano
1 USD = 2 437,3 COP ↔ 1 COP = 0,000410 USD
1,00 PEN = 792,231 COP
Nuevo Sol Peruano      Peso Colombiano
1 PEN = 792,231 COP ↔ 1 COP = 0,001262 PEN

Fuente: XE.com Elaboración: PROMPERU

**d. Inflación**

Los precios experimentaron un crecimiento de 2,8% en 2014, frente al 2% registrado en 2013, como consecuencia de la devaluación del peso colombiano. En tanto, se espera que la tasa de inflación alcance 2,6% en 2015, dentro del rango objetivo del Banco Central (entre 2% y 4%).

**3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos<sup>2</sup>**

La agricultura representa aproximadamente el 7% del PBI colombiano y ocupa a cerca del 17% de la PEA. Este sector es un pilar importante de la economía del país; pues explican parte importante de la oferta exportadora (café, azúcar, banano). Se estima que medio millón de familias dependen de la producción de café. Un grave problema es la desigual distribución de tierras, más del 50% están en manos de solo el 1% de los propietarios. Sin embargo, para impulsar el crecimiento, el Gobierno tiene previsto recortar los impuestos sobre insumos agrícolas y el uso de energía.

El sector industrial representa el 38% del PBI y emplea al 21% de la fuerza laboral. Gran parte de las actividades manufactureras se concentran en las periferias de las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla. El sector está liderado por grandes conglomerados privados y las industrias principales incluyen confecciones de algodón y lana, calzado, alimentos procesados, tabaco, productos siderometalúrgicos y metalmecánicos, montaje de automóviles, productos químicos, refinación de petróleo y derivados petroquímicos. La producción bruta industrial se expandió en 3,6% en 2014.

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

<sup>2</sup> Cfr. Euromonitor International – Colombian Country Pulse 2014

infraestructura turística (parques temáticos, muelles, embarcaderos y centros de convenciones), por ello se espera que los ingresos por este concepto se incrementen en 7,0% en 2015.

### 3.3. Nivel de Competitividad<sup>3</sup>

Colombia escaló nueve posiciones y se ubicó en el puesto 34 entre 189 economías analizadas en el Ranking Doing Business 2015 elaborado por el Banco Mundial (BM). Esta ubicación la consiguió, fundamentalmente, por las reformas gubernamentales para mejorar el clima de negocios. Por ello, el país superó a once economías que habían tenido mejores calificaciones en el reporte anterior, como Chile, Perú, Puerto Rico, Bélgica, Sudáfrica, Israel, Chipre y Arabia Saudí.

El Banco Mundial resalta que Colombia es la economía que más ha mejorado en el último año en facilidad de acceso al crédito, mediante el fortalecimiento de los derechos legales de los acreedores. Gracias a ello, las empresas pueden ahora usar maquinaria, equipos, inventarios o capital de trabajo como garantía efectiva del crédito. Este nuevo marco regulatorio genera simplificación en la constitución y ejecución de las garantías, lo cual permite reducir los costos de transacción y operación, y brindar mayor seguridad a las instituciones financieras.

**Cuadro N° 2: Ranking Facilidad para Hacer Negocios 2014**

Criterios	Colombia	Perú	Chile	Ecuador	México	Venezuela	Panamá
Facilidad de hacer negocios	34	35	41	115	39	182	52
Apertura de un negocio	84	89	59	165	67	182	38
Manejo permiso de construcción	61	87	62	59	108	152	63
Acceso a electricidad	92	86	49	120	116	155	29
Registro de propiedades	42	26	45	80	110	102	61
Obtención de crédito	2	12	71	89	12	104	17
Protección de los inversores	10	40	56	117	62	178	76
Pago de impuestos	146	57	29	138	105	188	166
Comercio transfronterizo	93	55	40	114	44	176	9
Cumplimiento de contratos	168	100	64	88	59	79	84
Insolvencia	30	76	73	151	33	165	132

Fuente: Doing Business 2015 Elaboración: PROMPERU

<sup>3</sup> Cfr. Doing Business 2014: Italy

## IV. Comercio Exterior de Bienes

## 4.1. Intercambio Comercial Colombia - Mundo

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

Comercio Exterior	2010	2011	2012	2013	2014	Var % Promedio 2014/2010	Var% 2014/2013
Exportaciones	39 820	56 954	60 274	58 822	54 706	8,3	-7,0
Importaciones	40 683	54 675	58 088	59 381	64 060	12,0	7,9
Balanza Comercial	-863	2 279	2 186	-559	-9 354	-	-
Intercambio Comercial	80 502	111 628	118 361	118 203	118 766	10,2	0,5

Fuente: Datamyne Elaboración: PROMPERU

El intercambio comercial de Colombia con el mundo sumó US\$ 118 766 millones en 2014, con lo cual aumento 10,2% en promedio anual desde 2010. El incremento notable de las importaciones contribuyó a esta expansión, tendencia que se acentuó más en los últimos dos años.

Las exportaciones colombianas sumaron US\$ 54 706 millones en 2014, es decir 7,0% menos que en 2013. Sin embargo, se pronostica un repunte de estas ventas de 10,1% para este año, como consecuencia de la depreciación del peso y el incremento de los precios del petróleo. Colombia tiene una fuerte dependencia de las exportaciones de combustibles minerales, los cuales representan cerca del 70% de los envíos totales.

En tanto, las importaciones de Colombia totalizaron US\$ 64 060 millones en 2014 y, aumentaron 7,9% en relación a 2013. Además, las compras externas colombianas se incrementaron de forma sostenida y significativa en el último quinquenio (12,0% en promedio anual).

En 2014, los principales productos demandados por el mercado colombiano fueron máquinas, aparatos y artefactos mecánicos (13% de participación), combustibles minerales (12%), máquinas, aparatos y material eléctrico (10%) y vehículos automóviles (10%). Mientras que Estados Unidos fue el proveedor principal de este mercado, con una participación de 29% en el total de las importaciones, y le siguen China (18% de participación), México (8%), Alemania (4%) y Brasil (4%); y el Perú fue el décimo suplidor de Colombia con una participación de 2%

Las importaciones colombianas de confecciones<sup>4</sup> totalizaron US\$ 788 millones, más del doble de lo registrado en 2010. Esto fue debido a la mayor demanda de prendas de vestir de tejido plano como

<sup>4</sup> Para el análisis de confecciones se toma en cuenta los capítulos 61 y 62



pantalones de algodón para hombres (US\$ 57 millones) y para mujeres (US\$ 47 millones), así como las blusas de fibras sintéticas (US\$ 41 millones).

## 4.2. Intercambio Comercial Perú - Colombia

### Información Comercial Perú - Colombia

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

Comercio Exterior	2010	2011	2012	2013	2014	Var % Promedio	Var% 2014/2013
Exportaciones	798	1 045	921	855	1 224	11,3	43,2
Importaciones	1 277	1 419	1 511	1 415	1 201	-1,5	-15,2
Balanza Comercial	-479	-375	-590	-561	23	-	-
Intercambio Comercial	2 076	2 464	2 432	2 270	2 424	4,0	6,8

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

El intercambio comercial entre el Perú y Colombia se incrementó 4,0% en promedio anual en los últimos cinco años; impulsado por las mayores ventas peruanas al mercado colombiano. De esta manera, en 2014, el Perú tuvo un superávit comercial con Colombia de US\$ 23 millones, cuando por lo general este comercio era deficitario para nuestro país.

Las exportaciones peruanas a Colombia aumentaron 11,3% en promedio cada año entre 2010 y 2014. El año pasado, estos envíos tuvieron una variación interanual muy significativa de 43,2% y totalizaron US\$ 1 224 millones. Este gran impulso de las ventas peruanas obedeció a las ventas de productos tradicionales como nafta y azúcar; pero también de bienes con valor agregado de los sectores sidero metalúrgicos (alambres de cobre refinado) y metalmecánicos.

Los sectores no tradicionales con mayores exportaciones a Colombia, en 2014, fueron Químico (US\$ 216 millones), siderometalúrgico (US\$ 201 millones), agropecuario (US\$ 112 millones) y textil (US\$ 101 millones). Por otro lado, los sectores con incrementos significativos de ventas a Colombia, en 2014, fueron siderometalúrgico (31,6% de variación), metalmecánico (49%) y minería no metálica (14,6%).

## Sectores Tradicionales y no Tradicionales

Cuadro N°5: Exportaciones por Sectores Económicos

SECTOR	Valor en Miles US\$		Var %
	2013	2014	2014/2013
<b>TRADICIONAL</b>	<b>130</b>	<b>427</b>	<b>228,2</b>
<i>Minero</i>	<b>24</b>	<b>30</b>	<b>23,9</b>
Zinc	20	23	13,9
Estaño	2	3	52,7
Cobre	0	3	-
Otros metales	2	1	-47,8
<i>Petróleo e Hidrocarburos</i>	<b>59</b>	<b>347</b>	<b>484,8</b>
Petróleo y derivados	59	347	484,8
<i>Agrícola</i>	<b>41</b>	<b>45</b>	<b>10,4</b>
Azúcar	14	35	157,4
Café	23	9	-62,1
Otros agrícolas	4	1	-83,5
<i>Pesquero</i>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>-5,5</b>
Aceite de pescado	5	5	8,2
Harina de pescado	1	0	-67,9
<b>NO TRADICIONAL</b>	<b>724</b>	<b>797</b>	<b>10,0</b>
Agropecuario	106	112	4,8
Textil	94	101	6,9
Pesquero	12	12	-1,1
Químico	221	216	-2,3
Metal-Mecánico	42	63	49,0
Sidero-Metalúrgico	152	201	31,6
Minera No Metálica	33	37	14,6
Madera y Papeles	44	35	-20,8
Pieles y cueros	0	0	46,2
Varios (Incl. Joyería)	19	20	6,0
<b>TOTAL</b>	<b>855</b>	<b>1 224</b>	<b>43,2</b>

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

## Exportaciones No Tradicionales

Cuadro N° 6: Principales productos no tradicionales

Partida	Descripción	Valor en Millones US\$					Var%	Var%	% Part
		2010	2011	2012	2013	2014	Promedio	2014/2013	2014
7408110000	Alambre de cobre refinado	187	184	160	118	160	-3,9	35,6	20%
3920209000	Películas de polipropileno biorientado	14	28	28	32	39	27,9	20,4	5%
1511100000	Aceite de palma en bruto	0	0	0	12	25	-	107,4	3%
4911100000	Impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares	15	20	23	22	21	8,5	-4,6	3%
7901120000	Cinc sin alear	14	21	17	15	16	4,5	6,7	2%
6908900000	Placas, baldosas y revestimientos cerámicos	15	15	11	8	16	2,7	108,2	2%
3923302000	Preformas de plástico	13	21	24	24	15	3,1	-38,9	2%
0806100000	Uvas frescas	5	8	11	8	15	31,2	80,0	2%
6006220000	Tejidos, de punto, de algodones teñidos	6	9	9	13	15	25,1	13,1	2%
1905310000	Galletas dulces	9	11	9	11	14	9,7	25,1	2%
	Otros	414	509	474	461	462	2,8	0,1	58%
	<b>Total</b>	<b>692</b>	<b>826</b>	<b>766</b>	<b>724</b>	<b>797</b>	<b>3,6</b>	<b>10,0</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

**V. Acceso al Mercado****5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias****Medidas Arancelarias**

El proceso de apertura comercial de Colombia que se inició a principios de la década de los 90, permitió la ampliación del régimen de libre importación, la disminución progresiva de aranceles y la 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.

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

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

RK	Partida	Descripción	Posición del Perú como proveedor	Principales competidores Participación (%)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria Perú
1	740811	Alambre de cobre refinado	1	Chile (24%) Brasil (7%) México (4%)	5%	0%
2	392020	Películas de polipropileno biorientado	1	Ecuador (20%) México (11%) India (7%)	6,7%	0%
3	151110	Aceite de palma en bruto	3	Ecuador (81%) Venezuela (10%) -	20%	0%
4	491110	Impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares	1	Ecuador (5%) Chile (3%) EEUU (3%)	15%	0%
5	790112	Cinc sin alear	1	Brasil (1%) Holanda (0%) Finlandia (0%)	5%	0%
6	690890	Placas, baldosas y revestimientos cerámicos	5	China (42%) España (10%) Brasil (10%)	10%	0%
7	392330	Preformas de plástico	1	México (19%) Ecuador (17%) China (9%)	13,3%	0%
8	080610	Uvas frescas	3	Chile (43%) EE.UU. (30%) Italia (2%)	15%	0%
9	600622	Tejidos, de punto, de algodones teñidos	1	China (6%) Ecuador (5%) Taiwán (2%)	10%	0%

10	190531	Galletas dulces	1	EE.UU. (9%) México (6%) Turquía (4%)	15%	0%
----	--------	-----------------	---	--	-----	----

Fuente: SUNAT / Trademap Elaboración: PROMPERU

### Medidas No Arancelarias

Todas las mercancías importadas deben ser registradas ante el Ministerio de Comercio Exterior en un formulario llamado “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 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.

La importación de prendas de vestir en Colombia está regulada por la Resolución 1950 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo que establece el Reglamento Técnico de Etiquetado de Confecciones. Además, estipula que las empresas que deseen importar confecciones textiles deberán estar inscritas en el Registro de Productores e Importadores de Bienes Sujetos a Reglamentos Técnicos, que pertenece a la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), a menos que cuenten con alguna licencia de importación de textiles.

La información del etiquetado podrá estar entre una o más etiquetas, y deberá cumplir con los siguientes requisitos generales: (i) La etiqueta deberá ser permanente (ii) Las letras escritas en la etiqueta deberán ser durables (iii) La etiqueta deberá ser legible a simple vista, estar colocadas en un sitio visible del producto o en un lugar de fácil acceso (iv) Cuando las prendas se comercialicen como pares confeccionados del mismo material y diseño, como por ejemplo pares de calcetines o guantes, la etiqueta debe presentarse en al menos una de las dos piezas (v) Cuando las prendas se elaboren en “conjuntos”, compuestos por dos o más piezas, la etiqueta tendrá que ir en cada una de tales piezas (vi) Los artículos confeccionados, que por su naturaleza, delicadeza o tamaño, al adherirles directamente el etiquetado, se les perjudique su estética, o se les ocasione pérdida de valor y los que se comercialicen en empaque cerrado que no le permitan ver su contenido, deberán llevar pegada la etiqueta con la información requerida en el reglamento técnico (vii) La información de la etiqueta o de las instrucciones, deberá estar como mínimo en español, excepto aquella que no sea posible su traducción.

Asimismo, la etiqueta deberá contener la siguiente información: (i) País de origen (ii) Nombre del fabricante y/o importador en Colombia (iii) Instrucciones de cuidado y conservación del producto (iv) Materiales utilizados en la fabricación del producto y participación porcentual de los mismos en dicho producto; no será exigible listar fibras textiles, cuyas participaciones sean menores a 5% (v) Cuando el producto tenga forro la información puede presentarse en la misma etiqueta o en otra, siempre que se indique expresamente que es información correspondiente al forro. Para mayor información sobre los requisitos generales de etiquetado visitar el siguiente link: [Resolución 1950: Reglamento Técnico sobre Etiquetado de Confecciones](#)

## **5.2. Otros impuestos Aplicados al Comercio**

### **- Impuesto sobre bienes y servicios**

Las ventas de productos peruanos a Colombia están sujetas al pago de algunos tributos, como IVA (16%).

## **VI. Oportunidades Comerciales**

### **6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales**

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

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

En cuanto a confecciones, las prendas de vestir peruanas se encuentran exentas de arancel gracias a la Decisión 414 de la Comunidad Andina de Naciones (CAN). Esta exoneración es efectiva siempre y cuando se trate de productos originarios del Perú (producidos íntegramente en Perú, o cuando el valor CIF de los insumos importados utilizados en la fabricación del producto no supere el 50% del valor FOB del producto peruano a ser exportado).

## 6.2. Productos con Potencial Exportador

## Sector Textil - Confecciones

Cuadro N° 8

Sector Textil - Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Colombia 2014 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Competidores Aranceles
620342	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón	Estrella	57	0%	China - 15%
					Bangladesh - 15%
					Vietnam - 15%
620640	Camisas, blusas y blusas camiseras, de tejido plano, de fibras sintéticas	Estrella	46	0%	China - 15%
					EE.UU. - 15%
					Marruecos - 15%
610990	Camisetas de punto de materias textiles varias	Estrella	33	0%	China - 15%
					Vietnam - 15%
					Portugal - 15%
610690	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de fibras sintéticas	Estrella	32	0%	China - 15%
					EE.UU. - 15%
					Portugal - 15%
620443	Vestidos ,de tejido plano, de fibras sintéticas para mujeres o niñas	Estrella	11	0%	China - 15%
					EE.UU. - 15%
					Marruecos - 15%
610443	Vestidos ,de punto, de fibras sintéticas para mujeres o niñas	Estrella	10	0%	EE.UU. - 15%
					China - 15%
					Marruecos - 15%
620920	Prendas y complementos de vestir para bebés, de algodón	Prometedor	8	0%	China - 15%
					India - 15%
					Bangladesh - 15%
620432	Chaquetas (sacos) para mujeres o niñas, de algodón	Prometedor	6	0%	China - 15%
					EE.UU. - 15%
					Marruecos - 15%
610822	Bragas, de punto, de fibras sintéticas o artificiales para mujeres o niñas	Prometedor	5	0%	China - 15%
					Honduras - 0%
					México - 0%

621430	Chales, pañuelos, bufandas, mantillas y artículos similares	Prometedor	2	0%	China - 15%
					India - 15%
					España - 15%

Fuente: Trademap / Market Acces Map Elaboración: PROMPERU

En 2014, el mercado de prendas de vestir y calzado en Colombia continuó mostrando un desempeño positivo al aumentar sus ventas internas en 4,3% en relación al año anterior. La oferta más amplia de productos en términos de marcas, diseños y materiales a precios más económicos, así como la mejora de los ingresos disponibles y las cortas temporadas de moda, fueron algunos de los factores que propiciaron este comportamiento<sup>5</sup>.

Asimismo, el interés por el cuidado personal y la moda masculina continúa ganando popularidad entre los segmentos más jóvenes, lo cual se ve reflejado en una mayor demanda interna de ropa casual como pantalones, camisas y polos piqué. Gracias a ello, los hombres colombianos han comenzado a renovar sus guardarropas con mayor frecuencia y las principales marcas ofrecen promociones constantemente para mantener el dinamismo.

En tanto, pese a la reciente presencia de importantes marcas internacionales como Forever 21 y Banana Republic, las empresas colombianas aún mantienen su posicionamiento frente a los gustos y preferencias de los consumidores colombianos. Empresas locales como Grupo Crystal Vestimundo, Manufacturas Ellior, PERMODA, Cueros Vélez y Confecciones Leonisa han sido capaces de competir y adaptarse a las nuevas condiciones del mercado.

Vale decir que las temporadas con mayor rotación y ventas de prendas de vestir se dan en marzo por la temporada escolar y las vacaciones de Semana Santa, entre mayo y junio por el Día de la Madre y el Padre, entre septiembre y octubre por el Día de la Amistad y Halloween y en Navidad.

### Artículos de Decoración y Regalo

Cuadro N° 9

Sector Artículos de Decoración y Regalo					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Colombia 2014 (Millones US\$)	Arancel Perú	Competidores Aranceles
950300	Juguetes varios para niños y niñas	Estrella	141	0%	China - 15%
					Dinamarca - 15%
					México - 0%
950510	Artículos para fiestas de navidad	Estrella	42	0%	China - 15%
					Tailandia - 15%

<sup>5</sup> Cfr. Euromonitor International: Apparel in Colombia 2014 – Industry Overview



					Hong Kong - 15%
940320	Muebles de metal, varios	Estrella	33	0%	México - 0%
					China - 15%
					EE.UU. - 15%
940360	Muebles de madera, varios	Estrella	18	0%	China - 15%
					Brasil - 4,1%
					Malasia - 15%
940161	Sillas y asientos de madera, tapizados	Estrella	24	0%	China - 15%
					Malasia - 15%
					Italia - 15%
940389	Muebles y sus partes: Muebles de otras materias incluídas ratán	Prometedor	10	0%	China - 15%
					Italia - 15%
					EE.UU. - 15%
940350	Muebles de madera para dormitorios	Prometedor	7	0%	China - 15%
					Brasil - 4,1%
					Italia - 15%
830629	Estatuillas y objetos de adorno, de metales comunes	Prometedor	3	0%	China - 15%
					India - 15%
					EE.UU. - 15%
940330	Muebles de madera para oficina	Prometedor	4	0%	China - 15%
					EE.UU. - 15%
					España - 15%
970300	Obras originales de escultura	Prometedor	0,3	0%	EE.UU. - 15%
					Brasil - 0%
					España - 15%

Fuente: Trademap / Market Acces Map Elaboración: PROMPERU

El mercado colombiano de muebles y artículos para el hogar se encuentra en rápida expansión propiciada por la mayor presencia de minoristas especializados como Zara Home, así como de otros detallistas como Sodimac, Easy y Home Center que también ofrecen parte de esta clase de productos. Existe una predominante tendencia hacia los muebles de madera, tanto en residencias como en oficinas, si verse una línea o gama de diseño definida, puesto que existe una importante demanda de muebles de lujo pertenecientes a la línea clásica, como mobiliario moderno siguiendo la línea de art deco. Asimismo, existe una tendencia a combinar diferentes materiales con la madera, dentro de los cuales predomina el aluminio<sup>6</sup>.

Los estilos que cuentan con mayor demanda en el mercado colombiano son cuatro: *Clásico* (madera lisa, lacada, artesanal y lujosa), *Rústico* (madera porosa, tonos mate, artesanal y lujoso), *Contemporáneo* (madera de superficie lisa, contorneada y colores neutrales) y *Loft* (madera de

<sup>6</sup> Cfr. Euromonitor International – Home & Garden in Colombia 2014

superficie lisa, estructura lineal, minimalista y colores fuertes). Hay una particular inclinación hacia el estilo *Loft – Contemporáneo* dentro del cual destacan los muebles modulares; es decir, aquellos que se pueden armar y organizar de formas distintas.

El dinamismo mostrado por el sector construcción en los últimos años ha sido determinante, no solo en la expansión de las ventas de muebles y accesorios, sino también en la contratación de servicios de decoración y diseño.

## Joyería

**Cuadro N° 10**

Sector Joyería					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Colombia 2014 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Competidores Aranceles
711311	Joyería de platería	Estrella	9	0%	México - 0%
					España - 15%
					Italia - 15%

Fuente: Trademap / Market Acces Map Elaboración: PROMPERU

A medida de que la economía colombiana crece, al igual que la renta disponible de los consumidores, la demanda de productos de lujo se expande sostenidamente. Se estima que el segmento de consumidores que demandan bienes de alta gama en Colombia alcanza el millón de habitantes con US\$ 50 millones de ventas anuales, entre los que se encuentran coleccionistas, inversionistas y aspiracionales.

Casi la totalidad de la joyería vendida en el país es importada debido a que la industria local aún es incipiente y el 95% de la manufactura artesanal está constituida por pequeños establecimientos de comercio y talleres de carácter familiar.

## VII. Tendencias del Consumidor<sup>7</sup>

La entrada de empresas internacionales como Fallabela, Mango, el Grupo Inditex (Zara, Massimo Dutti, Bershka) e incluso Payless a Colombia marcaron una revolución en los hábitos de compra del país. La introducción con rotundo éxito de las tiendas de gran formato con una singular experiencia de compra dirigida a un público de ingresos normales indican la primera fase de lo que tendrá que venir de los comerciantes colombianos si quieren mantener su posicionamiento de marca.

A medida que estos entrantes pasen a las ciudades intermedias, el posicionamiento de las marcas y los formatos tradicionales de centro comercial tendrá que cambiar a tono con esta marcada tendencia.

<sup>7</sup> Cfr. Euromonitor International – Consumer Trends & Lifestyles in Colombia 2014

Igualmente sucede con el concepto de las droguerías modernas. La entrada de Farmatodo (la segunda cadena de droguerías en ventas en América Latina – y de lejos con mayores ventas por metro cuadrado en la región) a Colombia rompe con el esquema de la droguería convencional, que, sin sacrificar buenos precios, introduce un formato de conveniencia y placer en la experiencia de compra poderosamente atractivo para su core target, la mujer de 25 a 45 años, que posee la decisión de compra, que posiblemente trabaja y es mamá.

Otro canal que ha crecido silenciosa pero exponencialmente en Colombia es el de las ventas directas. Hoy en día en Colombia una casa entera puede surtir por venta directa y multinivel. Desde suplementos nutricionales como Herbalife, de salud como 4Life, cosméticos Europeos como Oriflame o hechos con frutas exóticas del Amazonas como Natura, hasta filtros para agua y aire como Nikken.

Adicionalmente, compañías de más larga trayectoria en este sector en Colombia como Amway y Avon han comenzado a penetrar con su cuidadosa organización y logística las redes sociales de estratos socioeconómicos medio bajos y bajos, con éxito rotundo. Lo que este tipo de compañías ha descubierto es que estos clientes tienen requerimientos diferentes a los de sus productos tradicionales, pero no radicalmente. Hay que ajustarlos a las realidades del poder de compra de un nuevo consumidor que es aspiracional y altamente conectado a sus redes sociales.

## **VIII. Cultura de Negocios<sup>8</sup>**

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

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

Con respecto al uso del idioma, es necesario recordar que Colombia es uno de los países que mejor conserva el lenguaje y el protocolo de la España Tradicional<sup>9</sup>. En lo posible se debe crear un ambiente de confianza en donde las negociaciones se puedan desarrollar de una manera cordial.

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

---

<sup>8</sup> Cfr. Banesto

<sup>9</sup> Global Negotiator

## IX. Links de interés

Cuadro N° 11  
Links de Interés

Entidad	Enlace
Ministerio de Hacienda y Crédito Público	<a href="http://www.minhacienda.gov.co/">http://www.minhacienda.gov.co/</a>
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	<a href="http://www.mincit.gov.co/">http://www.mincit.gov.co/</a>
PROEXPORT Colombia	<a href="http://www.proexport.com.co/">http://www.proexport.com.co/</a>
Ventanilla Única de Comercio Exterior de Colombia	<a href="http://www.vuce.gov.co/">http://www.vuce.gov.co/</a>
Invierta en Colombia	<a href="http://www.inviertaencolombia.com.co/">http://www.inviertaencolombia.com.co/</a>
Cámara de Comercio Colombo - Peruana	<a href="http://www.colperu.com/">http://www.colperu.com/</a>
Cámara de Comercio de Bogotá	<a href="http://camara.ccb.org.co/portal/default.aspx">http://camara.ccb.org.co/portal/default.aspx</a>
Dirección de Aduanas e Impuestos de Colombia	<a href="http://www.dian.gov.co/">http://www.dian.gov.co/</a>
Instituto para la Exportación de la Moda - INEXMODA	<a href="http://www.inexmoda.org.co/">http://www.inexmoda.org.co/</a>

## X. Eventos Comerciales

Cuadro N° 12  
Ferias Comerciales

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Colombiatex de las Américas 2015	Moda	Medellín, Col	Del 27 al 29 de enero de 2015	<a href="http://colombiatex.inexmoda.org.co/">http://colombiatex.inexmoda.org.co/</a>
International Footwear & Leather Show 2015	Moda	Bogotá, Col	Del 03 al 06 de febrero de 2015	<a href="http://www.ifls.com.co/">http://www.ifls.com.co/</a>
Cartagena Fashion 2015	Moda	Cartagena, Col	Del 15 al 16 de mayo de 2015	<a href="http://www.cartagenafashion.co/">http://www.cartagenafashion.co/</a>
Colombia Moda 2015	Moda	Medellín, Col	Del 28 al 30 de julio de 2015	<a href="http://colombiamoda.inexmoda.org.co/">http://colombiamoda.inexmoda.org.co/</a>
Feria del Hogar 2015	Artículos de decoración	Bogotá, Col	Del 03 al 20 de septiembre de 2015	<a href="http://feriadelhogar.com/">http://feriadelhogar.com/</a>

Fuente: N.ferias / Links directos Elaboración: PROMPERU

## XI. Bibliografía

- **Trademap**  
[www.trademap.org](http://www.trademap.org)
- **Euromonitor International**  
[www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

- **Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - Perú**  
[www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
- **Doing Business**  
[www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org)
- **CIA, The World Factbook**  
[www.cia.gov](http://www.cia.gov)
- **Fondo Monetario Internacional (FMI)**  
[www.imf.org](http://www.imf.org)
- **Global Trade**  
<http://www.gtis.com/GTA/>
- **Banco Mundial**  
[www.worldbank.org/](http://www.worldbank.org/)
- **XE**  
[www.xe.com](http://www.xe.com)
- **Market Access Map**  
[www.macmap.org](http://www.macmap.org)
- **ICA**  
[www.ica.gov.sg](http://www.ica.gov.sg)
- **Global Competitiveness Report 2012-2013**  
[www.weforum.org](http://www.weforum.org)
- **ICEX España**  
[www.icex.es](http://www.icex.es)
- **Acuerdos Comerciales del Perú**  
[www.acuerdoscomerciales.gob.pe](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe)