

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015

Guía de Servicios
Colombia



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	6
IV.	Comercio Exterior de Bienes	7
4.1.	Cuadro N° 3: Intercambio Comercial de Bienes 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.	Servicios con Potencial Exportador	14
VII.	Tendencias del Consumidor	23
VIII.	Cultura de Negocios	24
IX.	Links de interés.....	24
X.	Eventos Comerciales	25
XI.	Bibliografía	25

I. Resumen Ejecutivo

Colombia es una de las economías más sólidas e importantes de América Latina, tercera en población (46 millones de personas) y cuarta en PBI. En 2014, la economía colombiana creció 4,8% debido a los altos niveles de inversión en el país. 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.

Las importaciones de Colombia de bienes 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).

Colombia es un importador neto de servicios comerciales, y en 2013 registró importaciones de estos servicios por US\$ 5 242 millones. Los servicios empresariales, profesionales y técnicos varios lideran las importaciones colombianas con una participación de 38% en el total; por otro lado, destaca el incremento de las importaciones de servicios arquitectónicos, servicios de consultoría en administración y gestión, servicios de seguros, servicios de computación e informática, y arrendamiento de maquinaria y equipo para la minería.

Las importaciones colombianas de servicios de computación e informática, que incluyen software, soluciones de TI y videojuegos, sumaron US\$ 285 millones en 2014, y aumentaron 17,2% promedio anual en el periodo 2010 – 2014. El sector gobierno y el sector comercial son los que más demandan software, y las soluciones más solicitadas son de administración documental, arquitectura; banca electrónica, soluciones móviles, consultoría en recursos humanos y en balance score card, desarrollo de software a medida, desarrollo de software para la salud entre otros. La gran penetración de smartphones y la expansión de la fibra óptica han dinamizado la demanda de aplicaciones videojuegos para móviles en Colombia. Los colombianos descargan en sus teléfonos, principalmente juegos, redes sociales y entretenimiento.

El sector editorial en Colombia es el cuarto más importante de Latinoamérica con una producción de 15 811 títulos en 2013, es decir 11,2% más que el año anterior. Las importaciones colombianas de libros, folletos y otros impresos sumaron US\$ 79 millones en 2014 (-11,7% en comparación con 2013), y sus principales proveedores fueron España (28% de participación), Estados Unidos (16%), China (14%), México (11%) y Reino Unido (8%); mientras que el Perú fue el octavo proveedor con una participación del 3%.

La industria colombiana de call centers & BPO generó ingresos por US\$ 1 005 millones en 2013 y el 72% de esta facturación correspondió a operaciones domésticas. Esta industria atendió principalmente a los sectores telecomunicaciones (43%), banca y servicios financieros (15%), Gobierno (5%) y seguros (5%).

Colombia es uno de los mercados latinoamericanos con mayor potencial para el mercado de franquicias. En el periodo 2004 y 2013, este mercado creció en promedio anual de 10%; y al primer semestre de 2014, se registraron 532 franquicias, 107 más que hace cinco años. Las franquicias colombianas tienen 41% de participación en este mercado, y las de EEUU 20%, las de España 7%, las de Italia 4%, de Inglaterra 3%, de Francia 2% y del Perú 1%. En sectores, moda y confección tiene una tercera parte del mercado; alimentos, restaurantes y bebidas 20%, servicios especializados 15% (agencias de Viajes, inmobiliarias, asesoría); retail y tiendas especializadas 12% y belleza, estética y salud 8%.

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 46,2 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 – 2020¹.

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.

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 Cfr. Euromonitor International

$1,00 \text{ PEN} = 792,231 \text{ COP}$ $\text{Nuevo Sol Peruano} \quad \text{Peso Colombiano}$ $1 \text{ PEN} = 792,231 \text{ COP} \leftrightarrow 1 \text{ COP} = 0,001262 \text{ PEN}$

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 Económicos²

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 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 Competitividad³

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

² Cfr. Euromonitor International – Colombian Country Pulse 2014

³ Cfr. Doing Business 2014: Italy

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

IV. Comercio Exterior de Bienes

El intercambio comercial de bienes 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.

4.1. 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

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%

Cuadro N° 4: Intercambio Comercial de Servicios Comerciales⁴ Colombia – Mundo Millones de US\$

Comercio Exterior	2009	2010	2012	2013	2014	Var % Promedio 2009/2013	Var% 2013/2012
Exportaciones	1 068	1 156	1 098	1 428	1 565	10,0	9,6
Importaciones	2 943	3 420	4 166	4 586	5 242	15,5	14,3
Balanza Comercial	-1 875	-2 265	-3 068	-3 158	-3 677	-	-
Intercambio Comercial	4 010	4 576	5 264	6 015	6 807	14,1	13,2

Fuente: Trade Map Elaboración: PROMPERU

Colombia es un importador neto de servicios comerciales, y en 2013 registró importaciones por US\$ 5 242 millones y exportaciones de US\$ 1 565 millones. Los servicios empresariales, profesionales y técnicos varios lideran las importaciones colombianas con una participación de 38% en el total. Dentro de esta categoría, destaca el dinamismo mostrado por las importaciones de servicios arquitectónicos, de ingeniería y similares, los cuales sumaron US\$ 1,2 mil millones en 2013 y crecieron a una media anual de 9,7% durante el periodo 2009 – 2013, como consecuencia de la mayor ejecución de proyectos habitacionales y de infraestructura en el país. En tanto, las importaciones colombianas de servicios

⁴ Se ha tomado en cuenta únicamente los servicios comerciales: servicios de comunicaciones y telecomunicaciones; servicios de construcción; servicios de seguros; servicios financieros, servicios de informática y de información; regalías y derechos de licencias; servicios empresariales; servicios personales, culturales y recreativos

de consultoría en administración y gestión también han mostrado un buen desempeño al totalizar US\$ 302 millones en 2013 y experimentar un incremento promedio de 3,0% entre 2009 y 2013.

Por otro lado, las importaciones de servicios de seguros sumaron US\$ 988 millones, 19% del total importado en 2013, y aumentaron a una tasa media anual de 22,4% entre 2009 y 2013. Las subcategorías que aportaron de mayor forma a este crecimiento fueron reaseguros (US\$ 702 millones en 2013), seguros directos varios (US\$ 176 millones) y seguros de transportes de carga (US\$ 110 millones).

También destacan las importaciones de servicios de computación e informática, los cuales incluyen software, soluciones de TI y videojuegos, que sumaron US\$ 285 millones en 2014. Ello significó un crecimiento promedio anual de 17,2% durante el periodo 2010 – 2014.

En cuanto a dinamismo resalta el desempeño mostrado por las importaciones de servicios de arrendamiento de maquinaria y equipo para explotación; las cuales pasaron de US\$ 15 millones en 2009 a US\$ 420 millones en 2013, debido a la expansión de proyectos mineros y petroleros en la zona sur del país.

Por último, los principales servicios exportados por Colombia en 2013 fueron los servicios empresariales (57% de participación), telecomunicaciones (12%) y servicios culturales, personales y recreativos (12%), básicamente a mercados regionales. Los ejemplos más relevantes son las operaciones en Centroamérica de EPM⁵, la presencia en transmisión de energía de ISA en Chile, Brasil, Ecuador, Perú y Bolivia, así como la adquisición de los activos del grupo holandés ING en Chile, Uruguay, Perú y México por parte del Grupo Sura.

4.2. Intercambio Comercial Perú - Colombia

Intercambio de bienes entre Perú - Colombia

Cuadro N° 5: Intercambio de bienes entre 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

⁵ EPM: Empresas Públicas de Medellín

El intercambio comercial de bienes 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 de bienes 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.

Sectores Tradicionales y no Tradicionales
Cuadro N°6: Exportaciones por Sectores Económicos

SECTOR	Valor en Miles US\$		Var %
	2013	2014	2014/2013
TRADICIONAL	130	427	228,2
<i>Minero</i>	24	30	23,9
Zinc	20	23	13,9
Estaño	2	3	52,7
Cobre	0	3	-
Otros metales	2	1	-47,8
<i>Petróleo e Hidrocarburos</i>	59	347	484,8
Petróleo y derivados	59	347	484,8
<i>Agrícola</i>	41	45	10,4
Azúcar	14	35	157,4
Café	23	9	-62,1
Otros agrícolas	4	1	-83,5
<i>Pesquero</i>	6	6	-5,5
Aceite de pescado	5	5	8,2
Harina de pescado	1	0	-67,9
NO TRADICIONAL	724	797	10,0
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
TOTAL	855	1 224	43,2

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

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%).

Exportaciones No Tradicionales
Cuadro N° 7: Principales productos no tradicionales

Partida	Descripción	Valor en Millones US\$					Var% Promedio	Var% 2014/2013	% Part 2014
		2010	2011	2012	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%
	Total	692	826	766	724	797	3,6	10,0	100,0%

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° 8: 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.

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](#)

6.2. Servicios con Potencial Exportador

Colombia es un mercado de 46,2 millones de consumidores, los cuales tienen uno de los mayores poderes de compra de Latinoamérica (US\$ 11 189 de PBI per cápita – PPA)⁶. Este país brinda importantes oportunidades de negocio a los productos y servicios peruanos debido a diversos factores entre los que destacan el idioma común y la cercanía geográfica y cultural, así como la integración y la liberalización del intercambio bilateral a través de la zona de Libre Comercio de la CAN y el Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico (AP) que estará vigente en los próximos meses.

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

6.2.1. Oportunidades en la línea de software

El Gobierno Colombiano se encuentra sumando esfuerzos para el desarrollo, crecimiento y fortalecimiento de la industria del software y de tecnologías de información en el país. Frente a esta coyuntura, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC)⁷, mediante una alianza estratégica con la Federación Colombiana de Software (FEDESOFTE), ha implementado el Programa para el Fortalecimiento de la Industria de Tecnologías de Información (FITI)⁸, el cual busca fomentar una visión estratégica del sector de TI en Colombia a través de la optimización

⁶ Cfr. FMI Statistics 2015

⁷ MINTIC : Ministerio de Tecnologías de Información y Comunicaciones

⁸ Para mayor información: [FITI](#)

constante del capital humano, la normatividad y la asociatividad, además de fomentar la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías.

Asimismo, para fomentar la competitividad del sector, las empresas desarrolladoras locales o que generen desarrollo de software registrado en Colombia se encuentran exentas del pago de impuesto a la renta hasta el 31 de diciembre de 2017.

Actualmente la industria de software colombiana viene pasando por su mejor momento. De acuerdo al Software Engineering Institute (SEI), existen 56 empresas colombianas calificadas dentro de los niveles de alta calidad en producción de software. Esta cifra pone a Colombia en el primer lugar en el escalafón de producción de software en Latinoamérica, por encima de países como Brasil, Chile o Perú. Otra prueba del buen momento por el que pasa la industria de software en Colombia es el crecimiento que el sector registra en materia de ventas.

Datos del MINTIC señalan que mientras en 2010 la comercialización de software alcanzó los 2,6 billones de pesos; en 2014, registró 7,5 billones⁹ de pesos. El panorama se hace más alentador para la industria si se tiene en cuenta que este aumento en ventas y número de empresas facturando en mercados internacionales se ha producido a pesar de coyunturas que afectan al sector, tales como el creciente déficit de talento humano o las dificultades para incentivar la inversión en innovación y desarrollo¹⁰.

También destacan las importaciones de servicios de computación e informática, los cuales incluyen software, soluciones de TI y videojuegos, que sumaron US\$ 285 millones en 2014. Ello significó un crecimiento promedio anual de 17,2% durante el periodo 2010 – 2014¹¹.

El sector gobierno y el sector comercial son los que más demandan software. Las soluciones más solicitadas son para administración documental, arquitectura orientada a servicios SOA¹², banca electrónica – banking, soluciones móviles, consultoría en recursos humanos, consultoría *balance score card* / planeamiento estratégico, desarrollo de software a medida, desarrollo de software para la salud, implementaciones networking, integración de procesos, outsourcing de nómina, outsourcing de sistemas, portales corporativos, proyectos de software y SAAS¹³.

Los sectores Gobierno, Banca y Telecomunicaciones, que consumen y dependen sus operaciones de la implementación y generación de tecnología, tienen un rango variable de inversión. En cuanto a costos, las soluciones de software horizontal tienen como tope máximo de inversión por parte de las

⁹ Billón: Millón de millones

¹⁰ Cfr. SEI / MINTIC

¹¹ Trademap

¹² SOA: Service Oriented Architecture o arquitectura orientada a servicios de cliente

¹³ SAAS: Software as a service

empresas colombianas los US\$ 200 mil y el precio promedio de compra es de US\$ 50 mil. Actualmente, los mercados de origen son principalmente Brasil, Chile y Estados Unidos¹⁴.

Las soluciones peruanas deben enfocar los esfuerzos en el desarrollo de verticales en sectores especializados de la economía colombiana; en otras palabras, en software definido y trabajado de acuerdo a los requisitos del mercado de Colombia. La posición geográfica intermedia en América Latina y los fuertes lazos comerciales con la cuenca del Pacífico generan un mercado por explorar. Sin embargo, es importante la búsqueda permanente de certificaciones y estándares internacionales, lo cual es altamente valorado en el mercado colombiano.

Asimismo, el empresario peruano debe especializarse en el rubro que ofrece, para poder tener mayor posicionamiento. Es importante además la capacidad de demo¹⁵, es decir hacer tangible el aplicativo en la empresa de acuerdo a sus requerimientos y hacer que esta pruebe la funcionalidad y usabilidad por un periodo de tiempo.

Se recomienda que para la aceleración de la toma de decisión de compra la empresa proveedora pueda evidenciar casos de éxito dentro del mismo sector, sea en otro mercado o en el ámbito colombiano. Además, luego de la compra las empresas colombianas solicitan soporte permanente por personal capacitado y certificado, que sea flexible y adaptable a los sistemas existentes y que las actualizaciones y nuevas versiones se encuentren, de alguna manera, incluidas dentro de la negociación inicial.

Por último, en 2014, el Gobierno Colombiano ha puesto en marcha la [Reglamentación del Procedimiento de Registro de los Contratos de Importación de Tecnología](#). La norma ha señalado que ciertos contratos de importación de tecnología están sujetos a registro ante la DIAN; por ejemplo, los contratos de licencia de tecnología, de marcas y patentes; los contratos de asistencia técnica y de servicios técnicos; contratos de ingeniería básica y demás contratos tecnológicos. La Resolución citada aclara que los contratos de licencia de distribución o de uso de software y los contratos enmarcados dentro de la regulación de “Derechos de Autor” no son objetos de registro. Tampoco serán objeto de registro los contratos en los que (i) se prohíba o limite de cualquier manera la exportación de los productos elaborados con base en la tecnología respectiva o que prohíban o limiten el intercambio subregional o la exportación de productos similares a terceros países, (ii) la empresa vendedora de tecnología o concedente de uso de una marca se reserve el derecho de fijar precios de venta o reventa de los productos que se elaboren con base en la tecnología respectiva y, (iii) se obligue al comprador de tecnología a transferir al proveedor los inventos o mejoras que se obtengan en virtud al uso de dicha tecnología¹⁶.

¹⁴ Cfr. Octavia Consultores & PROMPERÚ

¹⁵ Versión de demostración que permite al usuario la prueba del programa

¹⁶ Cfr. PROCOLOMBIA

6.2.2. Oportunidades en la línea de videojuegos y animación¹⁷

Las importaciones de servicios de computación e informática, las cuales incluyen software, soluciones de TI y videojuegos, sumaron US\$ 285 millones en 2014. Ello significó un crecimiento promedio anual de 17,2% durante el periodo 2010 – 2014.

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

En 2014, se calculó que la industria de videojuegos colombiana está compuesta por más de sesenta empresas siendo las más importantes Brainz Games, Efecto Studios y Teravision Games. Las categorías de videojuegos que más se desarrollan son entretenimiento (36% de participación), advergaming¹⁸ (24%), edu – games o juegos educativos (8%) y serious games¹⁹ (4%). Asimismo, el 60% de las empresas dedicadas a la realización de videojuegos reside en Bogotá, el 10% en Medellín, el 5% en Cali, mientras que 1% ha establecido sus operaciones en las ciudades de Barranquilla, Manizales, Bucaramanga y Pasto. Pese a ello la demanda de personal especializado en la creación de videojuegos es limitada siendo los puestos más demandados programadores (52% de participación), artistas (21%), diseñadores gráficos (16%) y músicos (2%).

La gran penetración de smartphones y la expansión de la fibra óptica han dinamizado la demanda de aplicaciones videojuegos para móviles. De acuerdo a Samsung, los colombianos descargan 17 aplicaciones en sus teléfonos, siendo los juegos, las redes sociales y el entretenimiento las categorías de descarga más frecuentes.

Para inversores interesados, Bogotá es una buena alternativa ya que se ha logrado desarrollar un polo productivo que agrupa al 60% de las empresas del país. Además, cuenta con un amplio recurso humano y tiene una alta disponibilidad de servicios complementarios para la industria, ello ha logrado que más del 65% de las empresas desarrolladoras cuenten con algún cliente en el exterior directamente. Se recomienda enfocarse en proveer contenido a forjar alianzas estratégicas con desarrolladores extranjeros debido a que el mercado de consumo de videojuegos colombiano aun es pequeño (solo 12% está dispuesto a pagar por ellos) y tiene preferencia por software gratuito o ilegal.

6.2.3. Oportunidades en la línea editorial

El sector editorial en Colombia es el cuarto más importante de Latinoamérica con una producción total, en 2013, de 15 811 títulos (11,2% de variación 2013 – 2012), únicamente por detrás de Brasil (85 809 títulos), México (29 474 títulos) y Argentina (27 757 títulos). Además, según el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y El Caribe (CERLALC), Colombia registró una producción

¹⁷ Cfr. Asociación de Desarrolladores de Videojuegos en Colombia - IGDA

¹⁸ Advergaming: Videojuegos diseñados para promocionar una marca específica

¹⁹ Serious Games: Juegos diseñados para fines académicos, exploratorios y hasta científicos

editorial de 6 899 títulos en el primer semestre de 2014, representando el 8,3% de la producción total de títulos en Latinoamérica para ese periodo. De acuerdo a la Cámara Colombiana del Libro, los servicios de editoriales se muestran como un sector activo y dinámico gracias a la óptima calidad de los procesos, así como de los profesionales que intervienen en la cadena productiva.

Colombia fue el tercer mayor importador latinoamericano de libros impresos en 2013, con una participación de alrededor del 7,6%, siendo superado únicamente por México (32% de participación) y Brasil (15%)²⁰. Las importaciones colombianas de libros, folletos y otros impresos (HS 04) sumaron más de US\$ 79 millones en 2014 (-11,7% en comparación con 2013), y sus principales proveedores fueron España (28% de participación), Estados Unidos (16%), China (14%), México (11%) y Reino Unido (8%). Perú es el octavo principal proveedor de este producto, representa el 3% de las importaciones colombianas, y sus ventas se han incrementado en 25,6% respecto a 2013²¹.

Según la CERLALC, en 2013, Colombia fue el tercer país latinoamericano con mayor porcentaje de no lectores de libros (52% de la población), únicamente por detrás de México (73%) y Perú (65%). Sin embargo, los lectores de libros (48% de la población) cuentan con hábitos de lectura muy arraigados y dinamizan las ventas de la categoría, teniendo una frecuencia de lectura de libros de varias veces por semana y 4,1 libros por habitante. Las principales motivaciones para leer son la actualización cultural, la educación y la recreación lo que significa una interesante oportunidad para libros de literatura popular y de entretenimiento. Existen también oportunidades en cuanto al rubro de libros académicos o escolares, ya que el 45% suele comprar libros de esta temática, generalmente público universitario.

Tradicionalmente en Colombia han operado editoriales españolas, que llevan largo tiempo en el mercado y que tienen filiales posicionadas en el territorio nacional. Cabe destacar que las relaciones comerciales entre Colombia y España son las más dinámicas del sector. Entre las editoriales españolas con presencia en el país algunas de las más representativas son: Editorial Planeta, Editorial Santillana, Grijalbo Mondadori, Ediciones B, Ediciones Urano. Estas empresas se caracterizan por imprimir sus obras en Colombia, debido a que los costos de producción son más baratos en el país en comparación a España y a otros países de la región. La editorial Pearson, de gran reconocimiento mundial por su sello editorial 'Penguin Books' está presente en Colombia, con obras de interés general y libros didácticos. Otra de las importantes editoriales internacionales con presencia en Colombia es la americana Mc Grawhill especializada en publicaciones universitarias.

Por último, en el mercado editorial colombiano los márgenes están en función de las rebajas que se reciben del canal de comercialización inmediatamente anterior. Sumando dichos descuentos se obtienen los márgenes comerciales. Los márgenes con los que operan los múltiples canales de venta son los siguientes²²:

²⁰ Cfr. CERLALC

²¹ Trademap

²² ProChile: Estudio de Mercado Editoriales en Colombia 2012

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

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

6.2.4. Oportunidades en la línea de centros de contacto

De acuerdo a la consultora Frost & Sullivan, la industria colombiana de call centers & BPO generó ingresos por US\$ 1 005 millones en 2013 y empleó a aproximadamente 60 000 personas, 11% más en relación a 2012. Ello ha logrado posicionar a Colombia como uno de los mercados de tercerización de servicios más dinámicos de América Latina.

Actualmente el 72% de la facturación de la industria colombiana de tercerización de centros de contacto corresponde a operaciones domésticas, en tanto que el 28% restante comprende exportación de servicios. Se proyecta que en 2020 la facturación de la industria rondará US\$ 2 210 millones y habrá superado las 100 000 posiciones de trabajo.

Asimismo, el negocio de call center tiene cinco competidores que tienen una representatividad conjunta de 60%. Además, de Emtelco, con una participación cercana a 15%, los otros protagonistas son Grupo Allus, Teleperformance, Contact Center Américas y Atento.

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

- **Bilingüismo:** 10% de la población económicamente activa (PEA) colombiana es bilingüe. Creciente cantidad de personas inscritas en cursos de idiomas, sobre todo inglés y portugués. Actualmente, más de 26 000 profesionales están certificados en algún nivel de inglés en Colombia siendo las regiones de Cundinamarca y Antioquía, las más beneficiadas con 65% y 9,8%, respectivamente.
- **Acento Neutro:** El acento colombiano, específicamente, el de Bogotá es mayoritariamente considerado como el más neutro de habla hispana.

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

Por último, en 2012, según la ACDECC²³, la industria de BPO colombiana atendió principalmente a los sectores telecomunicaciones (43%), banca y servicios financieros (15%), Gobierno (5%) y seguros (5%). A su vez, el 60% de las empresas prestaron servicios *Inbound*, es decir ventas internas; mientras que un 34% brindaron servicios *Outbound*, o lo que sería ventas al exterior y sólo un 6% realizaron servicios *Back Office* (Gestión de RRHH, finanzas y contabilidad, gestión de crédito y riesgo, etc.).

6.2.5. Oportunidades en la línea de servicios de arquitectura

A través de los años, el comportamiento del PBI colombiano se ha visto notablemente influenciado por el comportamiento del sector de la construcción ya que ha sido un importante generador de puestos de trabajo, así como un indicador de la aceleración o desaceleración de la economía. A su vez, el gasto total en servicios de vivienda (alquiler, hipotecas inmobiliarias, reparación, mantenimiento, etc.) en Colombia alcanzó US\$ 39 520 millones en 2013, representando 17% de los gastos totales²⁴.

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

Una de las fórmulas más utilizadas, y de mayor éxito, para el acceso al mercado colombiano de la arquitectura consiste en la integración de servicios en un paquete común con otras disciplinas tanto de consultoría (ingenierías), formando equipos "llave en mano" con constructoras locales y de la mano de empresas del sector inmobiliario peruano que estén dispuestas o tengan interés en desarrollar proyectos en el país. Esta modalidad de entrada es posiblemente más sencilla para el arquitecto ya que aprovecha la presencia física y consolidada de otras empresas en el mercado con la que se generan sinergias o por un factor de confianza en cuanto a respaldo financiero.

²³ ACDECC: Asociación Colombiana de Contact Centers & BPO

²⁴ Cfr. Euromonitor International : Consumer Expenditure Colombia 2014

Otro modo de entrada interesante, pero poco frecuente, son las convocatorias a Concursos Internacionales de Arquitectura. A diferencia de otros mercados internacionales, en Colombia la mayoría de convocatorias se han realizado a nivel local, de forma muy descentralizada y con características muy poco propicias para equipos con alto grado de especialización (concursos abiertos). Sin embargo, a mediano plazo se estima que esta tendencia gire hacia concursos con mayor difusión, más mediáticos y con programas complejos; lo cual demuestra el gran interés por la arquitectura internacional del país.

Por último, vale la pena mencionar que Colombia reconoce el ejercicio profesional por parte de ciudadanos extranjeros, solamente, si es que cumplen con las condiciones estipuladas en la Ley 435 de 1998²⁵, la cual establece el régimen de la Licencia Temporal Especial para extranjeros y regula la participación de profesionales foráneos a nivel público y privado. La norma en cuestión, fija que la licencia temporal se concede por un plazo no mayor de un año, con la opción de ser renovada a discrecionalidad del Consejo Profesional Nacional de Arquitectura. Un segundo requisito aplicable a todos los profesionales, al margen de su origen, es que su título profesional sea reconocido por el Instituto Colombiano de Educación Superior.

6.2.6. Oportunidades en la línea de servicios logísticos

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

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

El mercado de la logística es uno de los más dinámicos en Colombia, ya que se estima que alrededor del 40% de las empresas colombianas tercerizan dicha actividad y 8% lo considera hacer en algún momento²⁶. La demanda de transporte y distribución física internacional, incluido almacenamiento, muestran las mayores perspectivas positivas frente al número importante de TLC's que están entrando en vigencia y a la mejora de la infraestructura del país.

Teniendo en cuenta lo anterior, actualmente las grandes empresas colombianas se han venido desarrollando significativamente en temas logísticos, por lo cual existe interés en la mejora de procesos, el acondicionamiento de infraestructura y la aplicación de tecnologías que les permitan ser más productivas y eficientes. Entre varios cambios, las compañías colombianas se encuentran implementando diseños de Layout; es decir, cómo ubicar los productos de un centro de distribución

²⁵ Para mayor información: [Ley 435 de 1998](#)

²⁶ Cfr. Revista de Logística – Colombia 2013

basados en el comportamiento del movimiento de los mismos. Además, han pasado de tener un recurso humano que cargaba camiones a implementar bandas transportadoras para carga y las entregas son ahora paletizadas para montar y descargar la mercadería. En transporte por ejemplo, se están preocupando por optimizar la carga de los camiones mediante tecnologías que les permitan medir el espacio cúbico utilizado en el vehículo y están utilizando modelos para la optimización de rutas en entrega de mercancías, permitiendo el diseño del plan de carga del camión. Asimismo, están utilizando tecnologías para el rastreo satelital de los vehículos que les permite calcular el consumo de combustible e identificar zonas de alto riesgo, por lo cual el cliente puede saber el estado de su pedido a tiempo real.

6.2.7. Oportunidades en la línea de franquicias

Colombia es uno de los mercados latinoamericanos con mayor potencial para el mercado de franquicias. En el periodo 2013 – 2004, el mercado colombiano de franquicias experimentó un crecimiento promedio anual de 10%, lo cual se debió, principalmente, al impulso brindado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), al inyectar capitales para el desarrollo de más de 120 proyectos nacionales²⁷. Sin embargo, a causa de la crisis financiera internacional y a la poca efectividad del programa de franquicias colombianas a cargo de las Cámaras de Comercio, en 2011 la deserción de empresas colombianas que franquiciaban fue notable, lo cual ha generado grandes oportunidades para las franquicias internacionales²⁸

La franquicia en Colombia, en 2014, ha demostrado ser un modelo en constante crecimiento especialmente para marcas foráneas, y ante la pasividad de las empresas colombianas para expandirse. De junio de 2013 a junio de 2014, ingresaron al mercado colombiano 19 nuevos modelos de negocios, representando un crecimiento de 3,7% con respecto al periodo inmediatamente anterior. Al primer semestre de 2014, se registraron 532 franquicias en el mercado colombiano; 107 más que hace cinco años, lo cual evidencia el dinamismo y potencial del mismo. Las franquicias internacionales ven a Colombia como una fuente para potenciar sus negocios, o como un salvavidas en momentos que sus mercados locales están en crisis²⁹.

El 44% de franquicias con presencia en Colombia, requieren inversiones menores a 100 millones de pesos colombianos (US\$ 41 mil), mientras que el rango de inversión entre 101 y 200 millones de pesos (US\$ 42 mil - US\$ 82 mil) - representa un 25%. Las inversiones superiores a los 201 millones de pesos (US\$ 83 mil) abarcan un 31% de los conceptos.

En cuanto a origen, las franquicias colombianas obtuvieron un 41% de participación, seguidas por las de nacionalidad estadounidense (20%), españolas (7%), italianas (4%), inglesas (3%) y francesas

²⁷ Cfr. Más Franquicias

²⁸ Cfr. Más Franquicias

²⁹ Más Franquicias: Cifras de la franquicia en Colombia – Junio 2014

(2%). Las franquicias peruanas representaron el 1% del mercado colombiano, siendo las principales del rubro gastronómico, entre ellas “El Pez On”, “Madam Tusán”, “Osaka” y “Amaz”³⁰.

El sector de Moda y Confección agrupa Artículos de Cuero, Calzado, Joyería y Bisutería representa casi una tercera parte de los modelos de franquicia en Colombia. Por otra parte, dentro del sector de Alimentos, Restaurantes y Bebidas se incluyen Cafés, Heladerías, Fruterías, Panaderías y Pastelerías; siendo este macrosector el segundo en participación con un 20%, seguido del sector de Servicios Especializados con el 15%, el cual incluye Agencias de Viajes, Agencias Inmobiliarias, Arreglos de Ropa, Asesoría y Consultoría, Mensajería, entre otros servicios. Retail y Tiendas especializadas tienen una participación del 12% y Belleza, Estética y Salud un 8% del mercado de franquicias³¹.

VII. Tendencias del Consumidor³²

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. Estos establecimientos introdujeron con rotundo éxito las tiendas de gran formato. 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. Igualmente sucede con el concepto de las droguerías modernas. La entrada de Farmatodo (la segunda cadena de droguerías en ventas en América Latina, y la de mayores ventas por metro cuadrado en la región) a Colombia rompe con el esquema de la droguería convencional. Farmatodo sin sacrificar buenos precios, introduce un formato de conveniencia y placer en la experiencia de compra. 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 surtirse 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.

³⁰ Más Franquicias: Cifras de la franquicia en Colombia – Junio 2014

³¹ Más Franquicias: Cifras de la franquicia en Colombia – Junio 2014

³² Cfr. Euromonitor International – Consumer Trends & Lifestyles in Colombia 2014

VIII. Cultura de Negocios³³

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

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

Con respecto al uso del idioma, es necesario recordar que Colombia es uno de los países que mejor conserva el lenguaje y el protocolo de la España Tradicional³⁴. 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.

IX. Links de interés

Cuadro N° 09
Links de Interés

Entidad	Enlace
Ministerio de Hacienda y Crédito Público	http://www.minhacienda.gov.co/
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	http://www.mincit.gov.co/
PROEXPORT Colombia	http://www.proexport.com.co/
Ventanilla Única de Comercio Exterior de Colombia	http://www.vuce.gov.co/
Invierta en Colombia	http://www.inviertaencolombia.com.co/
Cámara de Comercio Colombo - Peruana	http://www.colperu.com/
Cámara de Comercio de Bogotá	http://camara.ccb.org.co/portal/default.aspx
Dirección de Aduanas e Impuestos de Colombia	http://www.dian.gov.co/
Asociación de Desarrolladores de Videojuegos en Colombia - IGDA	http://www.igdacolombia.co/tag/noticias/
Cámara Colombiana de Franquicias - COLFRANQUICIAS	http://www.colfranquicias.com/
Más Franquicias	http://www.masfranquicias.com/
Federación Colombiana de Logística - FEDELOG	http://www.fedelog.org/
Consejo Nacional Profesional de Arquitectura de Colombia	http://www.cpnaa.gov.co/
Sociedad Colombiana de Arquitectos	http://www.sociedadcolombianadearquitectos.org/
Cámara Colombiana de la Construcción - CAMACOL	http://www.camacol.co/
Cámara Colombiana del Libro	http://www.camilibro.com.co/

³³ Cfr. Banesto

³⁴ Global Negotiator

Asociación Colombiana de Centros de Contacto & BPO -ACDECC	http://www.acdecc.org/
Federación Colombiana de Software - FEDESOFTE	http://www.fedesoft.org/

X. Eventos Comerciales

Cuadro N° 10
Ferias Comerciales

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Feria Internacional del Libro de Bogotá 2015 – FILBO 2015	Editoriales	Bogotá, Col	I: 21 – 04 – 2015 F: 04 – 05 - 2015	www.feriadellibro.com/
ExpoConstrucción / ExpoDiseño 2015	Arquitectura / MAC	Bogotá, Col	I: 19 – 05 – 2015 F: 24 – 05 - 2015	www.expoconstruccionyexpodisen.com
Andigráfica 2015	Editoriales	Bogotá, Col	I: 02 – 06 – 2015 F: 05 – 06 - 2015	http://andigrafica.com/
V Automatiza 2015	Software Especializado	Bogotá, Col	I: 10 – 06 – 2015 F: 12 – 06 - 2015	www.feria-automatiza.com
Feria FANYF 2015	Franquicias	Bogotá, Col	I: 01 – 07 – 2015 F: 02 – 07 - 2015	www.fanyf.com
IX Expo Logística 2015	Transporte y Logística	Bogotá, Col	I: 12 – 08 – 2015 F: 14 – 08 - 2015	www.expologisticacolombia.com
EXPOCAMACOL 2014	Arquitectura / MAC	Medellín, Col	I: 27 – 08 – 2014 F: 30 – 08 - 2014	www.expocamacol.com/
Expogestión 2015	BPO / Software	Cali, Col	I: 19 – 09 – 2014 F: 21 – 09 - 2014	www.expogestion.com.co/

Fuente: N.ferias / Links directos Elaboración: PROMPERU

XI. Bibliografía

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

www.doingbusiness.org

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