

COLOMBIA: INDUMENTARIA

INFORME DE ECONOMÍA Y COMERCIO EXTERIOR

DICIEMBRE 2014



Buenos Aires Ciudad



EN TODO ESTÁS VOS

Índice

Aspectos generales.....	03
Informe Indumentaria.....	06
Importadores Colombianos.....	14
Estilo Negociador.....	16
Principales Ferias del sector.....	18
Bibliografía.....	19

Colombia: sector Moda e Indumentaria

Aspectos generales

1. Ubicación geográfica

La superficie de Colombia es de 2.129.748 km², de los cuales 1.141.748 km² corresponden a su territorio continental y los restantes 988.000 km² a su extensión marítima. En la actualidad, mantiene un diferendo limítrofe con Venezuela y Nicaragua. Limita al este con Venezuela y Brasil, al sur con Perú y Ecuador y al noroeste con Panamá.

2. Economía y Comercio. Aspectos estructurales y sus relaciones internacionales

Colombia, miembro fundador de la Organización de Naciones Unidas, es miembro del GATT (desde mediados de los años 80) y de la OMC (desde el 30 de abril de 1995), de la Comisión Económica de Naciones Unidas para América Latina y el Caribe (CEPAL), de la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), del Fondo Monetario Internacional (FMI), del Banco Mundial (BM), del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y del Grupo de los 77 (G-77), entre otras.

En lo que a sus relaciones con las Instituciones Financieras Internacionales respecta, la deuda actual de Colombia con el Banco Mundial es de 8.000 millones de USD quien, actualmente, está financiando 21 proyectos en Colombia, por un importe de más de 2.300 millones de USD. Por su parte, el FMI ha puesto a disposición de Colombia en junio de 2013, una línea de crédito flexible de 5.840 millones de dólares y la cartera actual del BID para Colombia es de 23 préstamos por importe de 2.124 millones de USD.

3. Relación comercial regional

- **Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI):** En 1980 Argentina, Brasil, Chile, México, Paraguay, Perú, Uruguay, Colombia, Ecuador, Venezuela y Bolivia firmaron el Tratado de Montevideo que instituye la ALADI. A éstos luego se adhirieron Cuba y Panamá. Su objetivo es el establecimiento de un mercado común latinoamericano. ES área de preferencias económicas que se desarrolla por medio de los tres mecanismos principales: preferencia arancelaria regional, por acuerdos de alcance regional y por acuerdos de alcance parcial.
- **Comunidad Andina de Naciones (CAN):** En 1969 los gobiernos de Bolivia, Colombia, el Ecuador, el Perú y Venezuela firmaron el Acuerdo de Cartagena el cual crea la Comunidad Andina y establece como objetivo promover el desarrollo equilibrado y armónico de los Países Miembros en condiciones de equidad, mediante la integración y la cooperación económica y social; con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano. Para tal fin establece un Programa de Liberación de bienes y un Aran-

cel Externo Común. Venezuela se retiró en 2006, año en que Chile se re-incorporó en calidad de País Asociado, posición que también ostentan Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay. El gran logro de la CAN ha sido la creación de una Zona de Libre Comercio que se completó en enero de 2006.

- **Acuerdo de Complementación Económica N° 59 (ACE 59) CAN – MERCOSUR:** Se suscribió el 18 de octubre de 2004. Con este Acuerdo se conformó una Zona de Libre Comercio a través de un Programa de Liberación Comercial, que se aplica a los productos originarios y procedentes de los territorios de las Partes Signatarias (Colombia y Ecuador por la CAN, Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay por MERCOSUR y Venezuela). Dicho programa consiste en desgravaciones progresivas y automáticas, aplicables sobre los aranceles vigentes para la importación de terceros países en cada Parte Signataria.
- **Alianza del Pacífico:** Chile, Colombia, México, y Perú firmaron en junio de 2012 suscribieron del Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, el cual definió a la Alianza como una iniciativa de integración regional de países con visiones afines de desarrollo y promotores del libre comercio como impulsor del crecimiento. En la VIII Cumbre, Cartagena de Indias (febrero de 2014) se firmó un Protocolo Adicional que regula en materia de acceso a mercados, normas de Origen, de cooperación aduanera, obstáculos técnicos al comercio y medidas sanitarias. El mismo establece la desgravación inmediata del 92% de los bienes y servicios que se comercializan entre los cuatro países miembros y la liberación arancelaria gradual para el 8% restante, que incluye productos agrícolas “sensibles”.

4. Relación comercial bilateral

Colombia ha firmado Acuerdos de Alcance Parcial al amparo del Artículo 25 del Tratado de Montevideo 1980 con: Nicaragua, Costa Rica, Panamá y CARICOM. Su objeto es fortalecer el intercambio comercial de los países signatarios mediante el otorgamiento de preferencias arancelarias y no arancelarias de manera unilateral por parte de Colombia previéndose que, en un futuro, Nicaragua, Costa Rica, Panamá y CARICOM podrán, cuando las condiciones lo permitan, otorgar preferencias a Colombia.

Por otra parte, ha firmado Acuerdos de Complementación Económica con Chile (suscrito en el año 1993 y registrado ante la ALADI como AAP.CE N° 24. Establece un espacio económico ampliado entre los dos países y liberaliza el comercio de aproximadamente el 95% del universo arancelario); Cuba (registrado ante la ALADI como AAP.CE N° 49, se suscribió en el año 2000 y entró en vigencia el 10 de julio de 2001. El Acuerdo tiene entre otros objetivos fortalecer el intercambio comercial recíproco mediante el otorgamiento de preferencias arancelarias y no arancelarias. Abarca unos 1000 productos con preferencias a favor de Colombia y 600 a favor de Cuba, con un promedio de rebajas arancelarias de 50%); México (registrado ante la ALADI como AAP.CE N° 33 fue firmado por Colombia, México y Venezuela el 13 de junio de 1994 entrando en vigor el 1 de enero de 1995. Posteriormente Venezuela presentó solicitud de denuncia. Establece una zona de libre comercio entre ambos países. El Tratado prevé además la liberalización del comercio de servicios entre los dos países); y Un Acuerdo de Alcance Parcial de Naturaleza Comercial con Venezuela (registrado ante la ALADI como AAP.C N° 28, el cual tiene por objeto definir el tratamiento preferencial aplicable a las importaciones de productos originarios de Las Partes).

Colombia ha firmado Tratados de Libre Comercio con Chile (firmado el 27 de noviembre de 2006, entró en vigor el 8 de mayo de 2009. Establece una amplia liberalización comercial entre las partes, profundizando el AAP.CE N° 24 entre ambos países y sus protocolos adicionales); con los Estados AELC (firmado el 25 de noviembre de 2008, entró en vigor con Liechtenstein y Suiza el 1° de julio de 2011. En Noruega e Islandia entrará en vigor después de que se hayan ultimado sus procedimientos de ratificación. El Acuerdo abarca el comercio de productos industriales, incluidos el pescado y otros productos marinos, y los productos agrícolas elaborados; y con El Salvador, Guatemala y Honduras (firmado el 9 de agosto de 2007, entró en vigor con El Salvador, el 1 de febrero de 2010; Guatemala el 12 de noviembre de 2009; y con Honduras, el 27 de marzo de 2010. Prevé una amplia liberalización del comercio entre las Partes. Estipula además, la eliminación de aranceles con respecto a una parte sustancial del comercio de mercancías).

Por último, ha firmado Acuerdos de Promoción del Comercio con Estados Unidos y Canadá (establecen una zona de libre comercio entre ambos países y prevén la liberalización del comercio de servicios entre las partes) y un Acuerdo Comercial Multipartito con la Unión Europea y Perú (concluyeron la negociación del mismo en marzo de 2010 y entró en vigor para Colombia y la UE el 1 de Agosto de 2013. Prevé una liberalización total de los intercambios de productos industriales y de la pesca: la UE obtendrá la liberalización inmediata para el 65% de sus exportaciones a Colombia y Colombia y Perú obtendrán el acceso libre a la UE para sus productos industriales).

5. Composición productiva

En relación a su estructura económica, se encuentra desagregada de la siguiente manera:

- Primario: 6.6% - café, bananas, arroz, tabaco, maíz, langostinos;
- Secundario: 37.8% - textiles, procesamiento de comidas, aceite, ropa y zapatería, químicos, cemento, oro, esmeraldas
- Terciario: 55.6% (2013 est.)

Principales productos de exportación: Petróleo crudo (47%), Hullas (10,6%), Petróleo refinado (7,4%), Café y/o productos del café (3,3%), Flores y capullos (2,3%).

Destinos: Estados Unidos (31,4%), China (8,7%), Panamá (5,7%), India (5,1%), España (4,9%), Países Bajos (3,9%), Argentina (0,7%).

Principales productos de importación: Petróleo refinado (10,7%), Teléfonos (3,9%), Automóviles de turismo (4,7%), Procesadoras de datos (3%), Aeronaves (3,4%), Medicamentos (2,2%).

Origen: Estados Unidos (27,25%), China (17,5%), Mexico (9,3%), Brasil (4,4%), Alemania (3,7%), Argentina (2,9%).

Informe Indumentaria

Mercado Argentina - Colombia

Período 2009/2013

Para estudiar el dinamismo y comportamiento de la industria, se tomó como período a analizar el último quinquenio. Asimismo, el análisis parte de lo global, tomando las principales posiciones arancelarias que involucran al sector, hasta lo específico en relación al vínculo comercial bilateral entre nuestro país y el mercado colombiano.

1. Mercado Global Indumentaria

COMERCIO MUNDIAL 2009-2013 POSICIONES 61 + 62 (MILLONES DE US\$)				
Período	Importaciones	Var.%	Participación Argentina	Participación Colombia
2009	315.454		0,09%	0,08%
2010	342.544	8,6%	0,10%	0,10%
2011	392.553	14,6%	0,12%	0,14%
2012	377.596	-3,8%	0,10%	0,18%
2013	403.117	6,8%	0,08%	0,18%

Fuente: OIC a base de TradeMap

En el 2013, las ventas mundiales de Indumentaria volvieron a presentar tasas positivas similares a las del 2010; luego del pico de aumento que se dio en 2011 seguido de una caída en 2012. Esta recuperación en 2013 sucede en las dos posiciones (61 y 62) que componen el agregado del sector.

RANKING PAÍSES EXPORTADORES 2013 (61+62)			RANKING PAÍSES IMPORTADORES 2013 (61+62)		
1	China	38,6%	1	EE.UU.	20,8%
2	Bangladesh	6,1%	2	Alemania	8,8%
3	Alemania	4,3%	3	Japón	7,9%
4	Vietnam	4,3%	4	Reino Unido	6,2%
5	Turquía	3,5%	5	Francia	5,4%

Fuente: OIC a base de TradeMap

Los mayores demandantes de estos productos son los países centrales (EE.UU, las principales economías europeas y Japón), mientras que los más importantes proveedores son los países del sudeste asiático. La excepción a esta regla sería Alemania, presente en el top 5 tanto como exportador e importador.

Al comparar la situación de Colombia y Argentina dentro del análisis global, vemos que Colombia tiene una mayor presencia que Argentina en el comercio de estos productos, como exportador e importador.

Colombia demanda en mayor medida que Argentina en ambas posiciones: mientras que en la posición 61 Colombia se encuentra en el puesto 54, Argentina se ubica en el 84; algo similar ocurre en la posición 62 donde los puestos son el 49 y el 69 respectivamente. Aún más, la participación de la demanda de Colombia en el comercio mundial se incrementa en el período estudiado de manera sostenida en ambas posiciones y de manera similar, pasando de representar el 0,08% en 2009 a hacer su parte por el 0,20% en 2013, implicando una variación positiva del 104%. La participación Argentina como demandante global se mantiene constante alrededor del 0,08%.

De igual modo, Colombia se encuentra mejor posicionada como exportador que Argentina (54° y 84° respectivamente en la posición 61 y 56° y 92° en la posición 62), y presenta en consecuencia una participación mayor en las exportaciones mundiales: en 2013 Colombia representaba el 0,1% y Argentina un 0,02%.

2. Comercio Exterior de Indumentaria Argentina

2.1 Balanza comercial total

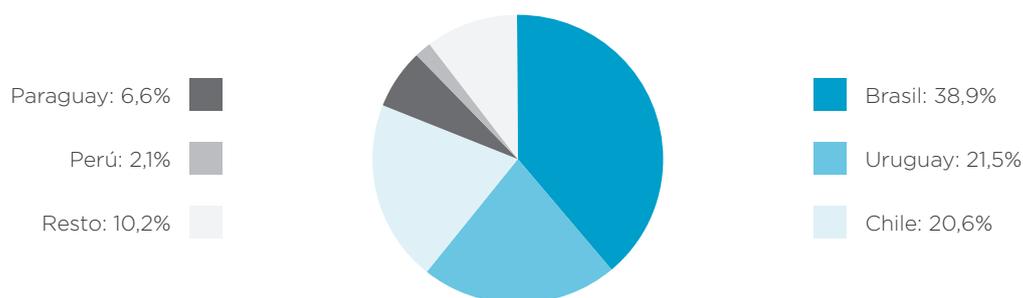
COMERCIO EXTERIOR ARGENTINO 2009-2013. POSICIONES 62+62 (EN MILLONES DE US\$)					
Período	Exportaciones FOB	Var. %	Importaciones CIF	Var. %	Saldo
2009	80,2		280,4		-200,1
2010	87,6	9,2%	327,7	17%	-240,1
2011	102,0	16,4%	469,4	43,2%	-367,4
2012	105,8	3,7%	381,5	-18,7%	-275,7
2013	87,1	-17,7%	324,9	-14,8%	-237,8

Fuente: OIC a base de TradeMap

En el año 2013 vemos que tanto las exportaciones como las importaciones de nuestro país, tienen una gran caída en los dos rubros de indumentaria luego del pico de 2011 (tal vez acompañando la evolución global). El saldo comercial en estas posiciones permanece igualmente negativo para todo el período analizado.

La principal región de destino de la producción argentina de indumentaria son los países sudamericanos, concentrando en los cinco principales el 90% de las exportaciones argentinas.

PRINCIPALES PAÍSES DESTINO DE EXPORTACIONES ARGENTINAS. 2013



Fuente: OIC a base de TradeMap

2.2 Prendas de vestir de punto (Capítulo 61)

Las exportaciones argentinas de este capítulo decrecen entre 2009 y 2013 un 7%. Esto puede ser explicado sobre todo por la disminución de las exportaciones a Uruguay, con una caída del 3% cuando el país representa el 25% de nuestras exportaciones en esta posición de todo el período.

Colombia conservó siempre en el período estudiado el séptimo destino en importancia de nuestras exportaciones en estos productos, sin embargo su peso ha aumentado en el total de nuestras ventas pasando de representar un 0,6% en el 2009 a ser el 1,3% en 2013.

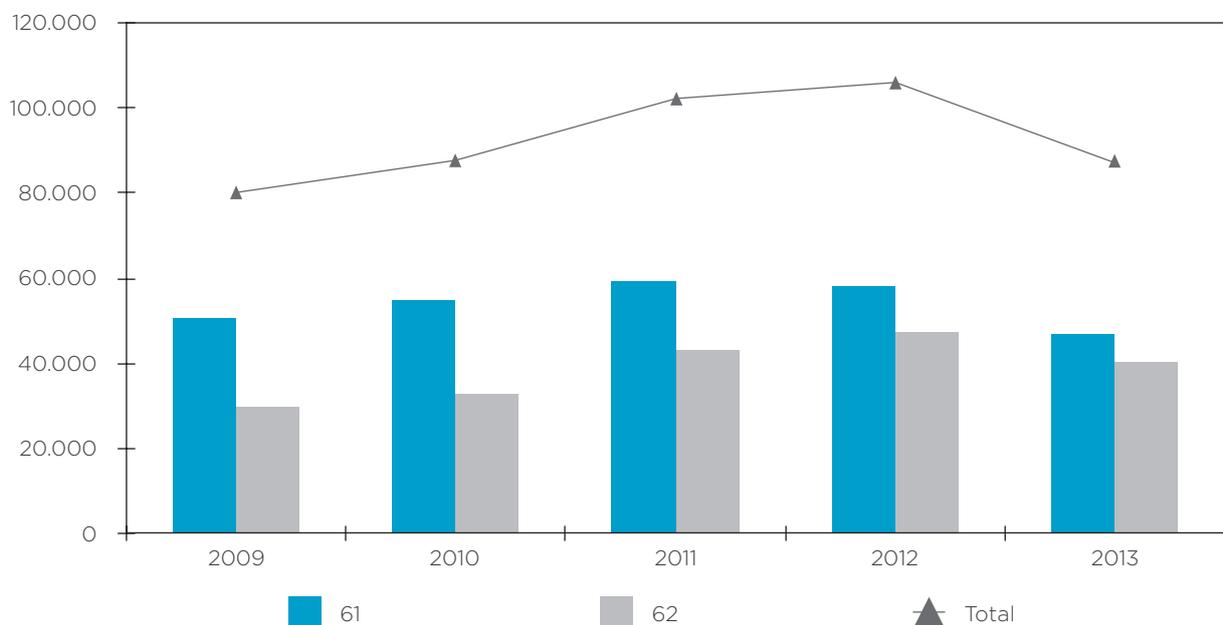
Esto se explica porque las exportaciones a Colombia aumentaron un 93% en los últimos cinco años, al mismo tiempo que las ventas totales como se dijo, disminuían un 7%. Colombia es el país, entre los principales 7 destinos argentinos de esta posición, cuya demanda más creció.

2.3 Prendas de vestir excepto de punto (Capítulo 62)

En esta posición, las exportaciones argentinas aumentaron un 35% entre 2009 y 2013. Ese crecimiento se explica mayormente por el incremento del 200% que tuvieron las exportaciones a Brasil, quien además es el principal destino de nuestras ventas, con una participación del 40% en 2013. Asimismo, Colombia también demostró un crecimiento significativo como mercado receptor, siendo el segundo de mayor crecimiento con un 159% (luego de Brasil).

En esta posición Colombia es también el séptimo destino en importancia de nuestras exportaciones. Sin embargo es significativo señalar el aumento en su participación que en 2009 alcanzaba el 0,7% y en 2013 representó el 1,4%, duplicándose en solo 5 años.

EXPORTACIONES ARGENTINAS. POSICIONES 61-62 Y TOTAL. 2009-2013



Fuente: OIC a base de TradeMap

Síntesis

Colombia es el séptimo destino de las exportaciones argentinas de ambos tipos de productos, mostrando una creciente importancia como demandante de los mismos, duplicando las participaciones respectivas en el período analizado.

3. Comercio Exterior de Indumentaria Colombia

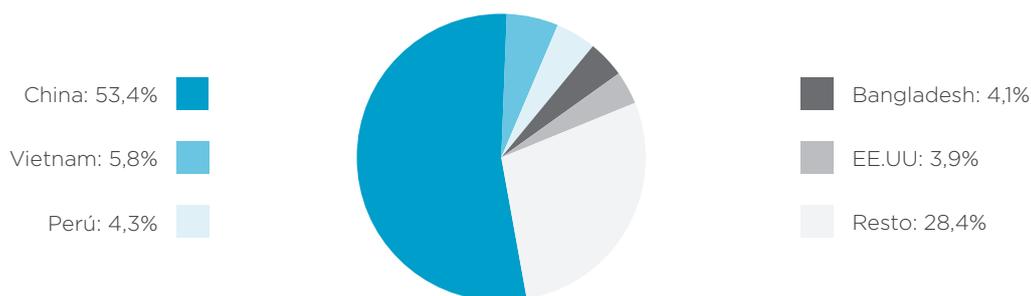
COMERCIO EXTERIOR COLOMBIA 2009-2013 (EN MILLONES DE US\$)					
Período	Exportaciones FOB	Var. %	Importaciones CIF	Var. %	Saldo
2009	579,9		257,8		322,1
2010	639,7	10,3%	330,3	28%	309,4
2011	636,3	-0,5%	561,4	70%	74,9
2012	686,1	7,8%	695,5	24%	-9,4
2013	598,7	-12,7%	740,6	6,5%	-141,9

Fuente: OIC a base de TradeMap

El comportamiento del mercado colombiano en el agregado de ambas posiciones no parece responder a la misma dinámica que experimentó Argentina y el comercio global: en esos casos hubo un pico en las exportaciones y en las importaciones en el 2011 seguido de una fuerte caída. En cambio en el caso Colombia, las exportaciones cayeron en ese año (2011) de inflexión negativa en el mercado global, mientras que las importaciones aumentaron sorprendentemente un 70%. En principio parece encontrarse cierta relación entre la variación del tipo de cambio del peso colombiano y las importaciones en indumentaria. Por un lado, se observa que el comportamiento de las importaciones en estas posiciones tienen la misma tendencia a la suba y/o a la baja que las importaciones generales de bienes del país. En los años 2010, 2011 y 2012 se presentan fuertes tasas de crecimiento de las importaciones generales, años en los cuales también se verifica una apreciación cambiaria de la moneda local¹. Como resultado de esta evolución encontramos al final del período una reversión del superávit de los primeros tres años analizados.

3.1 Proveedores

PRINCIPALES PROVEEDORES DE COLOMBIA. 2013

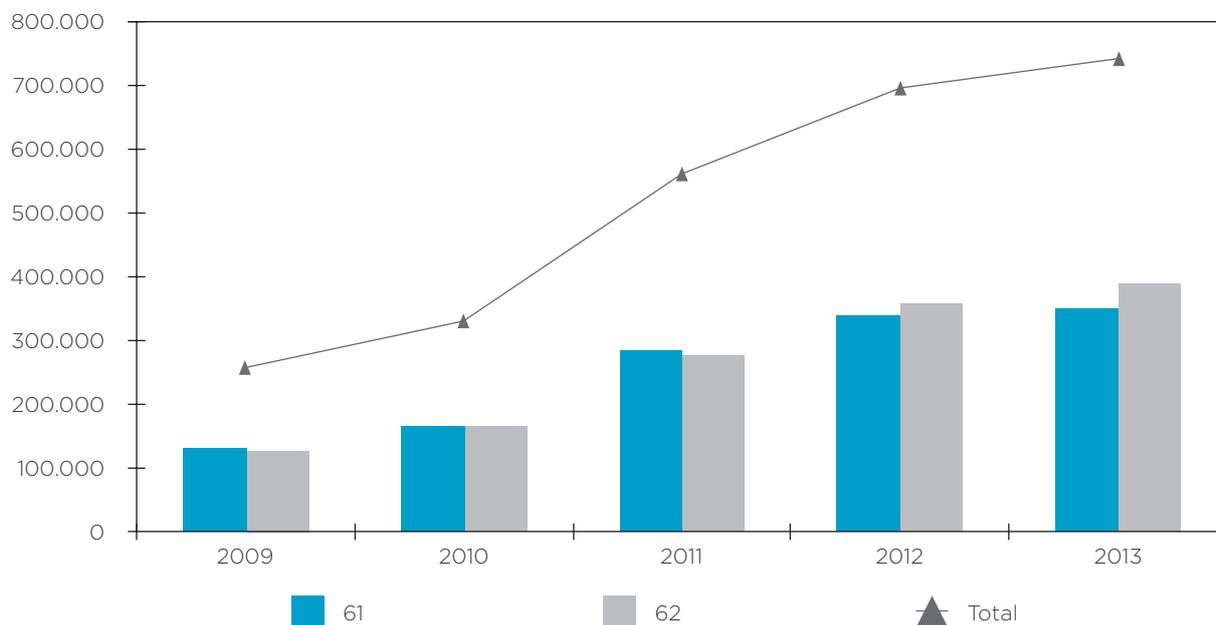


Fuente: OIC a base de TradeMap

Según el gráfico anterior vemos que los principales proveedores de Colombia han sido en el 2013 los países asiáticos (China y sudeste asiático) y Perú. Los del primer grupo han tenido un crecimiento exponencial como proveedores de Colombia en los últimos 5 años, con tasas de crecimiento incluso mayores a los 3 dígitos. Por ejemplo las importaciones desde Vietnam crecieron 26 veces en este período.

¹ Ver: <http://www.oanda.com/lang/es/currency/historical-rates/>

IMPORTACIONES COLOMBIA. POSICIONES 61-62 Y TOTAL. AÑOS 2009-2013



Fuente: OIC a base de TradeMap

3.2 Prendas de vestir de punto (Capítulo 61)

Analizando por tipo de producto, vemos que en la posición 61, uno de los competidores regionales, Perú, crece pero a una tasa bastante menor (37%) que los países asiáticos, aunque mantiene su segundo puesto en participación, la cual sin embargo tiene una tendencia decreciente en el quinquenio analizado. Argentina está también lejos de las tasas de crecimiento asiáticas, pero su crecimiento fue superior al de Perú (119% vs 37%), ganándole a este competidor regional. Sin embargo, este hecho no tiene el impacto que pudiera, pues la participación de nuestro país dentro de los proveedores de Colombia nunca superó el 0,2%.

Analizamos también el comportamiento de otros dos países de la región como proveedores de Colombia. El caso de México, onceavo proveedor de esta posición para el 2013, con una participación del 2,03%, aumentó 4 veces sus exportaciones a Colombia en este rubro. En tanto que Honduras, se destaca por un aumento extraordinario de sus exportaciones a este país, creciendo 260 veces entre 2009 y 2013 pasando del puesto 48° al 8° en este corto período.

En síntesis, Argentina se encuentra en un punto intermedio entre las altísimas tasas de crecimiento de Honduras y algunos asiáticos, y la tasa de crecimiento moderada de Perú.

LISTA DE PRINCIPALES PROVEEDORES A COLOMBIA - CAPÍTULO 61							
Puesto	Exportadores	Valor importado					Var. 2009-2013
		2009	2010	2011	2012	2013	
	Mundo Var.%	129.439	165.224 27,65%	282.810 71,17%	338.541 19,71%	351.480 3,82%	171,54%
1	China Partic.	55.352 42,76%	77.491 46,90%	153.515 54,28%	193.578 57,18%	174.251 49,58%	214,81%
2	Perú Partic.	20.564 15,89%	26.616 16,11%	34.306 12,13%	32.367 9,56%	28.200 8,02%	37,13%
3	Vietnam Partic.	861 0,67%	1.062 0,64%	4.048 1,43%	9.472 2,80%	22.443 6,39%	2.506,62%
4	EE.UU. Partic.	6.951 5,37%	8.008 4,85%	18.075 6,39%	12.010 3,55%	16.446 4,68%	136,60%
5	Turquía Partic.	2.055 1,59%	4.150 2,51%	9.264 3,28%	11.112 3,28%	12.626 3,59%	514,40%
8	Honduras Partic.	29 0,02%	176 0,11%	632 0,22%	1.426 0,42%	7.590 2,16%	26.072,41%
11	México Partic.	1.825 1,41%	1.443 0,87%	1.671 0,59%	2.869 0,85%	7.119 2,03%	290,08%
27	Argentina Partic.	308 0,24%	159 0,10%	430 0,15%	874 0,26%	676 0,19%	119,48%

Fuente: OIC a base de TradeMap

3.3 Prendas de vestir excepto de punto (Capítulo 62)

En este capítulo encontramos un comportamiento similar al caso anterior en el análisis regional. Nuevamente vuelve a destacarse el caso de Honduras con un comportamiento excepcional: sus exportaciones a Colombia crecen 64 veces en estos 5 años escalando del puesto 36° al 9°. Los principales proveedores asiáticos tienen asimismo una muy buena performance con tasas de crecimiento que van desde un 257% de China a un 1250% de Bangladesh.

Ahora bien, analizando los competidores regionales con una tendencia más estable, vemos que Argentina se encuentra nuevamente en un lugar intermedio entre Perú y México. El primero de estos países sufre una caída del orden del 12% en sus exportaciones a Colombia, en tanto México aumenta 3,6 veces sus ventas en este rubro. Argentina por su parte, las aumenta 2,2 veces, aunque ubicándose en un puesto bastante inferior al que consiguen los demás países para este último año.

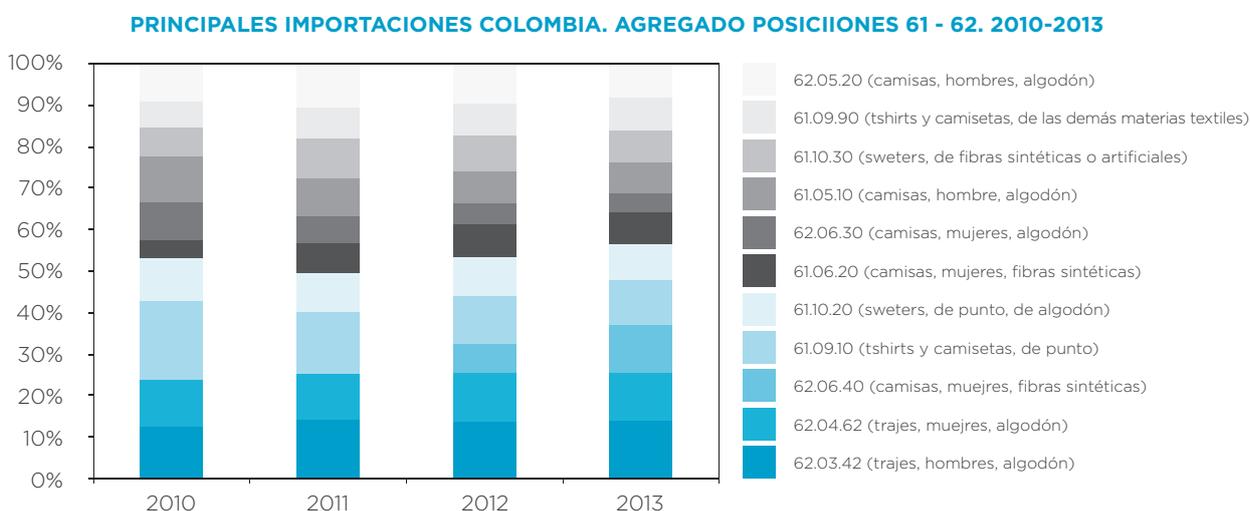
LISTA DE PRINCIPALES PROVEEDORES A COLOMBIA - CAPÍTULO 62							
Puesto	Exportadores	Valor importado					Var. 2009-2013
		2009	2010	2011	2012	2013	
	Mundo Var. %	128.336	165.075	278.557	356.929	389.112	203,20%
1	China Partic.	61.973 48,29%	91.558 55,46%	180.038 64,63%	233.279 65,36%	221.226 56,85%	256,97%
2	Vietnam Partic.	5.229 4,07%	3.569 2,16%	7.468 2,68%	12.862 3,60%	20.751 5,33%	296,84%
3	Bangladesh Partic.	1.506 1,17%	2.616 1,58%	8.336 2,99%	12.234 3,43%	20.336 5,23%	1250,33%
4	India Partic.	2.831 2,21%	5.546 3,36%	9.377 3,37%	12.917 3,62%	17.975 4,62%	534,93%
5	Turquía Partic.	2.615 2,04%	5.698 3,45%	9.346 3,36%	12.276 3,44%	15.634 4,02%	497,86%
8	México Partic.	2.387 1,86%	2.611 1,58%	3.830 1,37%	5.852 1,64%	8.651 2,22%	262,42%
9	Honduras Partic.	131 0,10%	86 0,05%	216 0,08%	494 0,14%	8.350 2,15%	6274,05%
12	Perú Partic.	4.524 3,53%	4.322 2,62%	3.933 1,41%	3.552 1,00%	3.952 1,02%	-12,64%
28	Argentina Partic.	289 0,23%	288 0,17%	533 0,19%	643 0,18%	636 0,16%	120,07%

Fuente: OIC a base de TradeMap

3.4. ¿Qué tipo de productos importa Colombia y de que mercados?

Se realiza aquí un análisis de las importaciones globales de Colombia en los últimos 4 años viendo cuáles son los 10 productos con mayor demanda en el agregado de ambos capítulos (61+62) a 6 dígitos.

El análisis muestra una distribución homogénea en la demanda colombiana de las subcategorías dentro de las posiciones tomadas como referencia. Notamos asimismo, la existencia de un top 3 entre 2010 y 2012, conformado por: 620342 (trajes para hombres o niños de algodón); 620462 (trajes sastre para mujeres o niñas de algodón); 610910 (remeras de algodón).



Fuente: OIC a base de NOSIS

4. Intercambio Indumentaria Argentina - Colombia

La creciente demanda de Colombia de los productos de indumentaria no está suficientemente aprovechada. Mientras que las Importaciones de Colombia al mundo aumentaron un 171%, las exportaciones de Argentina a Colombia lo hicieron un 119%.

En el año 2010 de los 10 productos más importados por Colombia, 8 de los mismos se encuentran dentro de los 10 productos que más le exportó Argentina a este país. Este comportamiento se repite en el año 2011, quedando nuevamente fuera del top 10 de nuestros productos más vendidos las mismas dos posiciones que quedaron afuera el año anterior:

- » 62.06.30 - camisas y blusas para mujeres o niñas de fibras sintéticas o artificiales.
- » 61.06.20 - camisas y blusas de punto, para mujeres o niñas de las demás materias textiles.

En el 2012 solamente 7 de nuestros productos más vendidos fueron los más comprados por Colombia, quedando fuera 3 posiciones referentes a camisas. En el 2013 sucede lo mismo que el año anterior, quedando fuera exactamente las mismas posiciones, éstas son:

- » 61.05.10 - camisas de punto para hombres o niños de fibras sintéticas o artificiales.
- » 62.06.40 - camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres o niñas de las demás materias textiles.
- » 61.06.20 - camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas de las demás materias textiles.

Nuevamente es posible observar que las tres posiciones de las más demandadas por Colombia y que no están dentro de las que más le exporta Argentina, corresponde a prendas de materiales sintéticos o demás materiales textiles.

Competidores

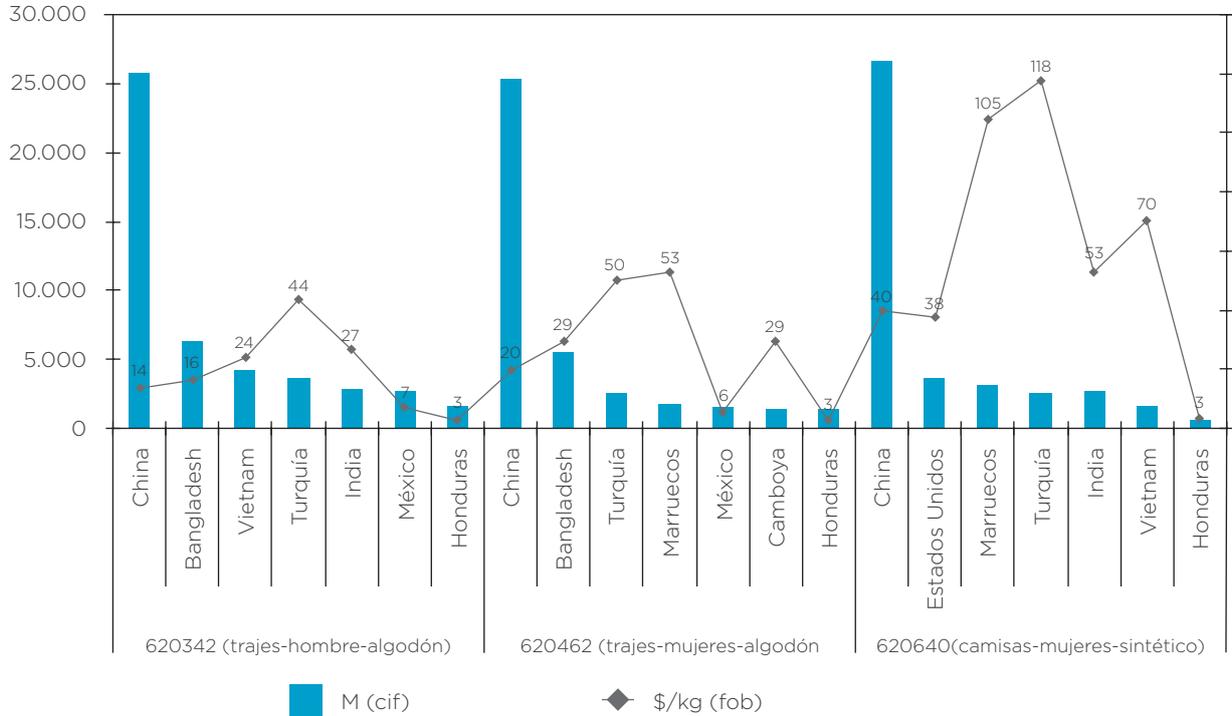
En el siguiente gráfico vemos como China lidera las ventas a Colombia en las principales posiciones importadas por este país en el rubro de la indumentaria.

Sin embargo, al observar el precio por peso neto comercializado, vemos que Honduras se presenta como el proveedor más económico del mercado aquí expuesto. México, por otra parte, le sigue como el segundo proveedor de menor precio en dos de las tres posiciones más requeridas de Colombia. Al analizar el contexto de éstos países, estimamos que la expansión de sus ventas puede estar relacionada con la propagación de la “maquila”, una forma de producción en donde el capital extranjero se instala en estos países para emplear la mano de obra barata para producir productos exportables. El crecimiento de esta forma de producción asegura tanto el crecimiento del empleo para la población local, como del volumen de producción para la exportación².

Por otra parte, vemos que lejos de estos precios competitivos quedan las exportaciones de nuestro país: con un costo de \$73 para la posición 620342 (trajes para hombres o niños de algodón), 23 veces el precio de Honduras y 5 veces más el valor de China; \$77 para 620462 (trajes sastre para mujeres o niñas de algodón), 25 veces el precio de Honduras y 4 veces el de China y finalmente \$118 para 620640 (camisas y blusas para mujeres y niñas de fibras sintética), 39 veces el precio de Honduras, 3 veces más que el China, pero curiosamente con el mismo valor por peso neto que Turquía, quien se ubica como el cuarto proveedor para esta posición.

² Ver: <http://www.laprensa.hn/recetas/758647-410/contin%C3%BAa-la-expansi%C3%B3n-de-la-maquila-en-honduras>

**IMPORTACIONES COLOMBIA. PRIMERAS TRES POSICIONES SEGÚN PAÍS DE ORIGEN
(MONTO DE IMPORTACIONES Y PRECIO POR KG)**



Fuente: OIC a base de NOSIS

Importadores colombianos

A continuación, se muestra un listado con los principales importadores, desagregado según las posiciones más relevantes del sector.

620520/ Camisas (H) de algodón

IMPORTADORES	PARTICIPACION % SOBRE EL TOTAL IMPORTADO
FALABELLA DE COLOMBIA S. A.	19%
PERMODA LTDA.	13%
COMPANIA DE INVERSIONES TEXTILES DE MODA S. A. S. - TEXMODA S.	10%
CRYSTAL S. A. S.	4,5%
MODAS Y DISENOS S. A.	2,5%

620462 / Pantalones (M) de algodón

IMPORTADORES	PARTICIPACION % SOBRE EL TOTAL IMPORTADO
FALABELLA DE COLOMBIA S. A.	12%
COMPANIA DE INVERSIONES TEXTILES DE MODA S. A. S. - TEXMODA S.	12%
TEXART S. A. S.	6,5%
PERMODA LTDA.	5%
MERCADEO Y MODA S.A.S.	4,3%

610910 / T-shirts y camisetas interiores de algodón

IMPORTADORES	PARTICIPACION % SOBRE EL TOTAL IMPORTADO
FALABELLA DE COLOMBIA S. A.	14%
CRYSTAL S. A. S.	11%
COMPANIA DE INVERSIONES TEXTILES DE MODA S. A. S. - TEXMODA S.	7%
PERMODA LTDA.	6%
GILDAN (COLOMBIA) S. A. S.	5%

610711 / Calzoncillos y Slips (H) de algodón

IMPORTADORES	PARTICIPACION % SOBRE EL TOTAL IMPORTADO
CRYSTAL S. A. S.	38%
FALABELLA DE COLOMBIA S. A.	19%
PRICESMART COLOMBIA S. A. S.	6,6%
C. I. IBLU SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	5,5%
EBICOL S. A. S.	4%

610990 / T-shirts y camisetas interiores de las demás materias textiles

IMPORTADORES	PARTICIPACION % SOBRE EL TOTAL IMPORTADO
ADIDAS COLOMBIA LIMITADA	22%
COMPANIA DE INVERSIONES TEXTILES DE MODA S. A. S. - TEXMODA S.	6,5%
FALABELLA DE COLOMBIA S. A.	6%
ATHLETIC SPORT INC. LTDA.	3,5%
D PORTE S. A. S.	3,2%

611020 / Sweaters de algodón

IMPORTADORES	PARTICIPACION % SOBRE EL TOTAL IMPORTADO
FALABELLA DE COLOMBIA S. A.	18%
PERMODA LTDA.	15%
COMPANIA DE INVERSIONES TEXTILES DE MODA S. A. S. - TEXMODA S.	6%
MERCADEO Y MODA S. A. S.	3,6%
COMERCIALIZADORA ARTURO CALLE S. A. S.	3,3%

611030 / Sweaters de FS

IMPORTADORES	PARTICIPACION % SOBRE EL TOTAL IMPORTADO
FALABELLA DE COLOMBIA S. A.	19%
ADIDAS COLOMBIA LIMITADA	11,6%
PERMODA LTDA.	6,6%
COMPANIA DE INVERSIONES TEXTILES DE MODA S. A. S. - TEXMODA S.	6,5%
CENTURY SPORTS S. A. S.	5%

620342 / Pantalones (H) de algodón

IMPORTADORES	PARTICIPACION % SOBRE EL TOTAL IMPORTADO
COMERCIALIZADORA ARTURO CALLE S. A. S.	13%
FALABELLA DE COLOMBIA S. A.	10,3%
PERMODA LTDA.	9,5%
COMPANIA DE INVERSIONES TEXTILES DE MODA S. A. S. - TEXMODA S.	9%
CRYSTAL S. A. S.	5,5%

620640 / Camisas y blusas (M) de FS

IMPORTADORES	PARTICIPACION % SOBRE EL TOTAL IMPORTADO
STF GROUP S. A.	19%
COMPANIA DE INVERSIONES TEXTILES DE MODA S. A. S. - TEXMODA S.	14%
FALABELLA DE COLOMBIA S. A.	9,3%
C. I. IBLU SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	4%
PERMODA LTDA.	4%

620630 / Camisas y blusas (M) de FS

IMPORTADORES	PARTICIPACION % SOBRE EL TOTAL IMPORTADO
PERMODA LTDA.	16,6%
CRYSTAL S. A. S.	10%
FALABELLA DE COLOMBIA S. A.	8,8%
COMPANIA DE INVERSIONES TEXTILES DE MODA S. A. S. - TEXMODA S.	6,6%
C. I. IBLU SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	3,8%

Estilo negociador empresarial en Colombia.**Aspectos a tener en cuenta al momento de una negociación.****Claves para lograr el éxito:****• Características generales**

Al momento de la negociación, el empresario colombiano tiene muy jerarquizada la toma de decisiones, esto quiere decir, que es imprescindible tratar de negociar al máximo nivel, con el director, gerente o el propietario si se trata de una empresa familiar.

Es recomendable que usted mantenga un equipo de negociación estable ya que de lo contrario se podrán paralizar las negociaciones. Los colombianos sienten que mantienen las negociaciones con personas, más que con empresas representadas por ellas. No es recomendable que reemplace por otro a uno de sus representantes en medio de una negociación. Esta acción podría inclusive provocar la anulación de un acuerdo. Otra Buena opción es la de contratar un intermediario que le ayude con las negociaciones en este país y que lo asesore en los diferentes campos en los que usted se sienta desinformado. En Bogotá, la Cámara de Comercio Colombiana Americana lo puede ayudar a conseguir un agente local. Los períodos de negociación suelen ser largos, ellos prefieren negocios que puedan desarrollarse en el mediano y largo plazo, sostenidos en el tiempo. Por lo general se mostrarán interesados en las ofertas presentadas, de todas maneras, será difícil que se comprometan a realizar el negocio, esto requerirá paciencia en las conversaciones.

Al momento de presentar una propuesta, será usted quien le ofrezca las posibilidades de financiación del mismo y ofrecer condiciones de pagos favorables.

• Conozca a qué zona geográfica pertenece su contraparte.

De esta manera, usted podrá saber de qué manera dirigirse y relacionarse, ya que a diferencia de otros países latinoamericanos la actividad empresarial no se concentra sólo en la capital. Además de Bogotá, Medellín y Cali en el interior, así como Cartagena y Barranquilla en la costa atlántica son importantes centros de negocios. Este dato será un indicador para lograr una comunicación fluida, tenga en cuenta que dentro de las generalidades de las características culturales de la región, usted podrá diferenciar el trato con negociadores de la costa, los cuales tienen un estilo moderno y relajado, a diferencia de los que pertenecen al interior del país, quienes conservan un estilo clásico y formal.

• Generar contactos estratégicos.

En este punto es dable destacar que la diferenciación de clases sociales en Colombia es muy rígida, existe muy poca movilidad. El mundo de los negocios está dominado por una clase social cerrada que mantiene estrechas relaciones entre sus miembros, y a la cual es difícil acceder si no se es presentado por alguien que pertenezca a ella.

• Recomendaciones

Sea cuidadoso en la elección de su distribuidor o importador. Evite las empresas que se dedican a la diversidad de productos. Busque empresas especializadas en su rubro y con amplia experiencia en el sector en el que se maneja.

Si va a iniciar relaciones comerciales con un nuevo importador o distribuidor en Colombia, ponga especial atención a los medios de pago y las garantías que se acuerdan, especialmente si se trata de una empresa pequeña o desconocida. Mantenga información sobre las cartas de crédito y créditos documentarios utilizados en las operaciones internacionales.

Infórmese de las barreras no arancelarias existentes para sus productos.

No ceda sus derechos de marca ante el importador colombiano. Los registros de importación deben quedar a nombre de la empresa argentina, lo cual resulta necesario para cambiar de importador en el futuro. En la medida de lo posible, proteja sus productos de falsificaciones y copias. La piratería es una práctica muy extendida en el mercado colombiano, especialmente en el sector editorial, musical, textil, cosméticos y accesorios de vehículos.

• Diferenciarse de la competencia

En el lenguaje comercial colombiano, es usual la utilización de anglicismos, por ello es recomendable, para poder distinguirse del resto de la competencia, aportar documentación en inglés. Es un detalle que será bien recibido por las empresas colombianas, y darán una buena imagen de la empresa argentina.

• Protocolo

Deberá dirigirse a la mayoría de las personas por el título y el apellido. Solo los niños, familiares y amigos cercanos se llaman entre sí por el primer nombre.

Deberá usar los títulos de cortesía (Sr., Sra. Srta.) para dirigirse a las personas que no posean títulos profesionales. La mayoría de los hispanos llevan el apellido materno y el paterno. Sin embargo, al dirigirse a alguien, usted usará el apellido paterno (que es el primero), por ejemplo: Carlos López García será llamado "Señor López." Cuando una mujer se casa, adopta el apellido del esposo. Sin embargo, ella puede usar su apellido paterno como identidad profesional.

El único título profesional de uso común es "Doctor" o "Doctora". Sin embargo, suele usarse a personas con alto nivel de educación, aunque no hayan hecho un "doctorado". Por ejemplo, las personas de baja clase social suelen dirigirse a las otras de un nivel social más alto como "Doctor (a)".

El colombiano está muy abierto a hablar de cualquier tema. Incluso temas aparentemente conflictivos como las actuaciones de la guerrilla o el cultivo de cocaína pueden tratarse sin mayores problemas. Sin embargo, no es recomendable hacer comentarios sobre temas políticos locales.

El estatus social es muy importante. Hay que evitar realizar tareas o actos (por ejemplo, cargar bultos) que puedan rebajar el estatus propio a ojos de un colombiano. En el mundo empresarial los trabajos de diseño y planificación tienen más categoría que los trabajos en gestión.

Temas de conversación favoritos son: la historia, la figura del Libertador Simón Bolívar, que fue Presidente del país es muy apreciada, la literatura tienen grandes escritores, entre ellos, el premio Nobel Gabriel García Márquez (conocido como Gabo); las bellezas turísticas del país (especialmente la ciudad de Cartagena de Indias, que fue la primera ciudad de América Latina que declaró su total independencia de España en el año 1881); y los deportes (fútbol y ciclismo).

La comida más habitual de negocios es el almuerzo que comienza sobre las 13:00 hrs. Es preferible dejar que sean ellos los que inicien la conversación de negocios.

No está bien visto comer en exceso o servirse varias raciones de una fuente. Por el contrario dejar comida en el plato no significa que la comida no haya gustado.

En muchos restaurantes se incluye la propina en la propia factura como un cargo por servicio. Si no es así lo usual es dejar un 10%.

Durante las negociaciones se suele servir café colombiano. Conviene tomarlo y alabar su calidad ya que tiene fama de ser uno de los mejores del mundo.

Principales ferias internacionales del sector:

- Colombiatex
- Colombiamoda
- EICI (Exhibición Internacional del Cuero e Insumos, Maquinaria y Tecnología)
- IFLS (International Footwear & Leather Show)
- Expoasoinducals
- Plataforma
- Pacific Leather
- Exposhow
- Cartagena Fashion 2014
- Babies & Kids
- Ixel Moda

Durante el 2015 se desarrollarán las siguientes con fecha establecida:

• **ColombiaModa 2015**

Fecha: 20 a 25 de Julio

Lugar: Medellín

Organizador: Inexmoda

• **Colombiatex 2015**

Fecha: 27 a 29 de Enero

Lugar: Medellín

Organizador: Inexmoda - EICI + IFLS 2015: 3 a 6 de Febrero

Lugar: Bogotá

Organizador: Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas ACICAM

Equipo de trabajo

Observatorio de Industrias Creativas del GCBA
Dirección General de Comercio Exterior del GCBA
Fernando Arias
Eduardo Fernández Rostello (h)
Javier Vilá
Aldana Feigelsohn
Catalina Trabucco

Bibliografía

- Ministerio de Relaciones Exteriores de la República de Colombia
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la República de Colombia
- ICEX España Exportación e Inversiones
- The World Factbook - CIA
- ALADI - Asociación Latinoamericana de Integración
- NOSIS
- TradeMap/Comtrade

Jefe de Gobierno

Ing. Mauricio Macri

Vicejefa de Gobierno

Lic. María Eugenia Vidal

Jefe de Gabinete

Lic. Horacio Rodríguez Larreta

Ministro de Desarrollo Económico

Ing. Francisco Cabrera

Director General de comercio Exterior

Lic. Marcos Amadeo

Dirección General de Comercio Exterior

Algarrobo 1041
Ciudad de Buenos Aires
(+5411) 4126-2950
buenosaires.gob.ar/comercioexterior
@BAcomex