

ABC DEL TLC



CON ESTADOS UNIDOS

2

Manufacturas



Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo
República de Colombia

Prosperidad
para todos



PROEXPORT
COLOMBIA



BANCOLEX

CONTEXTO



99% DE LA OFERTA INDUSTRIAL EXPORTABLE DE COLOMBIA TIENE ACCESO INMEDIATO A EE.UU.

Desde el 15 de mayo, cuando entró en vigencia el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y Estados Unidos, el 99,9% de la oferta industrial exportable de nuestro país tiene acceso inmediato a EE.UU. De igual manera, el 81,8% de la oferta exportable de EE.UU. ingresará al país con cero arancel.

Colombia preserva la utilización de incentivos a la exportación como el Plan Vallejo, para materias primas y las zonas francas. De la lista de bienes industriales, 8.779 productos entraron con un arancel del 0%.

1

Textiles y confecciones

Se logró una mejoría en la regla de origen para las exportaciones de brasieres. Se eliminan los aranceles de las confecciones para el hogar.

2

Calzado y cueros

Se incluyeron algunos tipos (calzado hecho con materias primas sintéticas) que habían sido excluidos del ATPDEA y que, con el TLC, tendrán cero arancel.

3

Joyería

Se logró desgravación inmediata.

4

Autopartes

Acceso al 100% del mercado automotor americano sin arancel, ventaja útil para autopartes que ya se exportan a otros mercados, incluido EE.UU., como vidrios de seguridad, frenos, partes de suspensión y baterías, entre otros.

ARANCELES ANTES Y DESPUÉS DEL TLC

PRENDAS DE VESTIR

Ropa de control: Antes del TLC, el 100% de estos productos tenía aranceles entre el 20 y el 23,5%. Con TLC, la totalidad de los productos del sector ingresarán con arancel de 0%.

Vestidos de baño: El 100% tenía aranceles entre el 4 y el 27,8%. Con TLC, ingresarán con arancel de 0%.

Ropa interior: El 100% tenía aranceles entre el 0,9 y 16,9%. Con TLC, ingresarán a EE.UU. con

arancel de 0%.

Ropa de hogar: Tan solo el 2% de los productos colombianos contaba con tratamiento preferencial de arancel 0% para ingresar a EE.UU.; el 98% restante tenía aranceles entre el 2,5 y el 14,9%. Con TLC, ingresarán con arancel de 0%.

Textiles, confecciones y calzado

Se incluyen preferencias que van mucho más allá del ATPDEA, pues cubren sectores nuevos como las confecciones para el hogar.



MANUFACTURAS

Empaques y envases: El 35% de los productos colombianos de este sector contaba con tratamiento arancelario preferencial de arancel 0%, y el 65% restante tenía aranceles entre el 2,4 y 10,7%. Con TLC, ingresarán con arancel de 0%.

Revestimientos cerámicos: El 43% de los productos colombianos contaba con tratamiento preferencial de arancel 0% para ingresar a EE.UU.; el 57% restante tenía aranceles entre el 2,7 y el

13,5%. Con TLC, ingresarán con arancel de 0%.

Autopartes: El 36% de los productos colombianos del sector de autopartes contaba con tratamiento arancelario preferencial de arancel 0%; el 64% restante tenía aranceles entre el 4 y el 10%. Con TLC, ingresarán con arancel de 0%.

Cosméticos: El 47% de los productos colombianos contaba con tratamiento preferencial de arancel 0%; el 53% restante tenía aranceles entre el 2,4 y el 5,8%. Con TLC, ingresarán con arancel de 0%.

MANUFACTURAS



CARLOS NAVAS,
gerente
de Navcar

"A Estados Unidos llevamos más de seis años exportando guayas. Al cliente americano le gustan las empresas que participan de su crecimiento y que cumplan con los requisitos que son en principio calidad, tiempos de entrega y el precio, que sea competitivo. Nuestra competencia allá son los chinos y los coreanos, pero nuestra ventaja, además de la frecuencia de entrega más alta por la cercanía entre los países, es que nos podemos adaptar a producir menores cantidades de producto. Vemos muchas oportunidades para aumentar nuestra participación en ese mercado, y mucho más ahora con TLC".



CATALINA ÁLVAREZ ECHEVARRÍA,
diseñadora y propietaria
de Agua Bendita

"El TLC va a tener varios beneficios para nosotros como empresa exportadora de prendas de vestir, pues de esta manera podremos ser más competitivos en cuanto a precios, ya que las telas que usamos de origen nacional tendrán preferencia arancelaria y esto disminuirá los costos que se le cargan a las prendas para poder entrar al mercado. Contamos con un distribuidor exclusivo desde hace cinco años y ahora Estados Unidos es uno de los principales destinos. Nuestra presencia en el mercado también la hemos logrado gracias a la participación en feria importantes como Swimshow de Miami, Curve en NY y Las Vegas".



RICARDO FERNÁNDEZ,
gerente comercial
de Armesso

"Somos exportadores de productos cosméticos de uso profesional para centros de estética, spas y médicos esteticistas, y le vendemos a Estados Unidos desde el 2008. Para nosotros es un mercado importante debido a su tamaño y la cantidad de personas hispanoamericanas residentes. Es un país muy eficiente y es fácil hacer negocios con ellos, los trámites de importación son sencillos, y el consumidor es muy exigente. Pienso que los estadounidenses nos ven con mejores ojos y el TLC va a abrir muchas más puertas, les da la seguridad de que somos serios, que hacemos las cosas bien y que hay producción de calidad".



Revestimientos cerámicos (materiales de construcción)

Colombia tiene reconocimiento en este sector y un importante portafolio de productos e insumos. Innovación, calidad y servicio son sus fortalezas. Acabados para la construcción, revestimientos, productos de ferretería, estructuras metálicas, perfiles, pinturas y recubrimientos, entre otros, hacen de nuestra oferta una de las más completas y diversas de la región.

¿EN QUÉ SOMOS MÁS COMPETITIVOS?

ROPA DE CONTROL

Se destaca su oferta exportable con alta calidad y diseño. Desarrolla productos a la medida, con diferenciación y competitividad.

VESTIDOS DE BAÑO

En trajes de baño Colombia se ha posicionado con éxito en nichos premium.

ROPA INTERIOR

Colombia es el tercer productor en el mundo de ropa íntima. Tiene tradición fabril, versatilidad y flexibilidad en la producción, mano de obra calificada, respuesta oportuna e innovación constante.

ROPA DE HOGAR

Colombia cuenta con adecuadas soluciones para sourcing o servicios de paquete completo para ropa de hogar. Tiene tradición fabril, versatilidad y flexibilidad en la producción, mano de obra calificada, respuesta oportuna e innovación constante.

ENVASES Y EMPAQUES

Se destaca la calidad de producción e impresión de empaques con alto valor agregado. Este sector hace parte del Programa de Transformación Productiva.

AUTOPARTES

Colombia es el quinto productor de automóviles en Latinoamérica.

El sector automotor representa el 6,2% del PIB y emplea el 2,5% del personal ocupado en la industria manufacturera. Comprende el ensamblaje y la fabricación de partes, piezas originales y repuestos, que involucra a proveedores de insumos de industrias como metalmecánica, petroquímica y textiles.

COSMÉTICOS Y PRODUCTOS DE ASEO

La industria cosmética colombiana ha mostrado un crecimiento sostenible en producción, ventas y exportaciones de cosméticos y productos de aseo. Somos uno de los principales proveedores de la región.

CARACTERÍSTICAS

NORMAS DE ORIGEN

Las normas de origen determinan el país donde una mercancía fue producida, de conformidad con los criterios en ellas definidos. Son necesarias para la ejecución de instrumentos de política comercial, como la aplicación de derechos preferenciales de importación o la adjudicación de cupos arancelarios.

Deberán ser objetivas, claras y previsibles, y aplicarse uniforme, imparcial, transparente y coherentemente, para que no se conviertan en un obstáculo al comercio¹. Aplican para todos los sectores económicos. Para las confecciones y textiles se incluyen las siguientes consideraciones:

PRENDAS DE VESTIR

En el TLC, los beneficios arancelarios para este sector están incluidos en los capítulos 61 y 62 (confecciones con tejidos de punto y los que no son de punto). Como complemento a las preferencias del ATPDEA, el TLC incorpora otras:

En materia de prendas de vestir, los beneficios arancelarios se obtienen cumpliendo con un reglamento

particular para el sector sobre origen de las mercancías. La regla de origen se basa en el principio de Yarn Forward, que establece que los hilados deben ser de los EE.UU. o de los países signatarios, y que aplica para todas las telas e hilos que componen la confección.

Se logró una mejoría en la regla de origen para las exportaciones de brassieres (preferencias inmediatas a

los que hayan sido cortados y cosidos en Colombia). Se eliminan los aranceles de las confecciones para el hogar. En el caso de materias primas como la lycra o el elastómero, existe la posibilidad de incorporarlas hasta en un 10% del peso final de la prenda.

También se permite que los certificados de origen sean diligenciados por los exportadores.

NORMATIVIDAD

REGULACIONES DE ACCESO

Comprenden la normatividad que asegura la protección de la vida de las personas o de los animales frente a los riesgos resultantes de la presencia de aditivos, contaminantes, toxinas u organismos patógenos en los productos. Para los sectores mencionados, en EE.UU. esta normatividad está definida, entre otros, por los siguientes organismos.

La Textile Fiber Products Identification Act:

Todos los productos textiles exportados hacia EE.UU. deben cumplir con requerimientos de etiquetado, estampado y contenido. También se puede consultar la Office of Textile and Apparel (OTEXA - www.otexa.ita.doc.gov) que muestra la información sobre las restricciones de los productos textiles.

Consumer Product Safety Commission:

Contiene los requerimientos de exportación para juguetes y productos

químicos y minerales. Para su ingreso a EE.UU. se han establecido estándares de seguridad. Otros sectores de la industria manufacturera, como químicos, manufacturas, cosméticos, autopartes y materiales de construcción, entre otros, tienen regulaciones de entidades como: The U.S. Food and Drug Administration, United States Department of Agriculture, United States Government Printing Officey Environmental Protection Agency-EPA.



SECTORES HACIA LA TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA

Los sectores de **confecciones, textiles, cuero y marroquinería, cosméticos y autopartes** trabajan con el Programa de Transformación Productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el fin de incrementar sus niveles de productividad y competitividad y convertirse en jugadores de talla mundial. Para ello, trabajan en:

1

Reparar las debilidades al interior de las cadenas productivas

2

Mejorar el capital humano reduciendo brechas en formación y especialización

3

Facilitar el acceso de empresas colombianas a mercados extranjeros en condiciones de igualdad

4

Incorporar la sostenibilidad como un factor diferenciador en sus procesos y productos

DISTRIBUCIÓN

Prendas

Tiendas por departamento: Buscan manufactura de marca propia para competir en **sus propios almacenes con las marcas reconocidas.**

Tiendas especializadas: Las compras las realizan por medio de reps o mayoristas. Sus clientes finales son boutiques o espacios pequeños en tiendas exclusivas por departamento. La mayoría tiene espacio en los markets. **Buscan marcas buenas para representar.**

Wholesalers o brokers (mayoristas): Trabajan para tiendas por departamento y consiguen **productos específicos para las grandes cadenas** o con contratos exclusivos y puntuales.

MARCAS PROPIAS: CLIENTES QUE TIENEN SUS PROPIAS MARCAS Y QUE ESTÁN INTERESADOS EN BUSCAR PROVEEDORES PARA SU PRODUCCIÓN.



Materiales de construcción

Es necesario identificar distribuidores aliados en las distintas zonas. **El canal ideal son distribuidores con experiencia, inventario y un portafolio importante de clientes.** La mayoría de los revestimientos colombianos se están vendiendo en zonas costeras (costa este y sur). No obstante, existen oportunidades en zonas como el midwest.

Autopartes

En partes originales, la distribución se hace a través de ensambladoras. **Para el mercado aftermarket se debe contar con un distribuidor mayorista**, que a su vez provee a minoristas.

Cosméticos

Es el exportador el que hace el contacto directo con el distribuidor y conocedor del mercado. **Este se moverá hacia las grandes superficies (que tienen una participación del 52,73% del mercado);** los selectivos o especializados (24,94%); las farmacias (10,53%); las peluquerías (6,79%); la venta directa (3,47%), y la estética personal (1,47%), que llevan los productos al consumidor final.

Los canales ideales son las tiendas naturistas y orgánicas en las cuales nuestros productos



DIANA AMAYA,
gerente de C.I.
Confecciones Draxy

“Desde 2005 exportamos a Estados Unidos jeans para mujer y hombre con alto contenido de diseño. Es nuestro mayor mercado y a diferencia de lo que mucha gente piensa no es difícil, todo lo contrario porque en otros países hay muchos trámites en cambio allá se facilita el comercio. Ahora con el TLC no hay incertidumbre como antes, hay más confianza para hacer negociaciones a largo plazo. Eso fue lo que logramos este año, tenemos pedidos para todo lo que resta de 2012. Ahora estamos enviando 20 mil unidades de producto al mes, esperamos con el Tratado empezar a exportar entre 30 y 35 mil”.



CARLOS EDUARDO HOYOS,
gerente general de
Granitos y Mármoles

“La experiencia en el mercado norteamericano depende de las líneas de producto. En mármoles no ha sido todavía tan fructífero como quisiéramos pero sí en mosaicos. Llevamos 15 años exportando y sabemos que es un mercado potencial porque es mucho grande que toda Latinoamérica. La clave es tener las conexiones correctas que permitan entrar al mercado. Para traer materiales, no siento grandes amenazas con el TLC, ya teníamos Atpdea entonces no percibo grandes cambios para nosotros, siento positivamente es la intención del Gobierno de apoyar a los empresarios para lograr la penetración de mercado”.

MANUFACTURAS

Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD).

Canal de Venta Directa: Existen aproximadamente **70 empresas de venta directa.** Es el de mayor crecimiento.

Envases y empaques

Los envases y empaques destinados como insumos para un proceso dentro de una cadena de producción son comercializados por empresas especializadas en el tema, con cobertura geográfica importante. **En la mayoría de los casos, estos distribuidores importan directamente el producto.** Envases y empaques para el comercio minorista son distribuidos por empresas con varias líneas de productos que pueden o no importar directamente, y que generalmente trabajan zonas geográficas más reducidas.

FINANCIACIÓN

Bancóldex ha desembolsado más de \$1.3 billones para modernización

Desde julio de 2011 a la fecha, los empresarios del país de todos los sectores, en preparación para el TLC con Estados Unidos y los demás tratados comerciales que ha suscrito Colombia, han centrado sus planes de inversión en la modernización de sus compañías por lo que han solicitado más de \$1,3 billones en créditos de Bancóldex.

Estos recursos han sido destinados a la ampliación de su capacidad de planta para competir frente al nuevo mercado estadounidense, adquirir tecnología de punta, actualizar sus equipos,

mejorar los controles y la calidad de los procesos de producción, utilizando fundamentalmente el portafolio de líneas para modernización empresarial del Banco.

En la línea de modernización que Bancóldex dispuso en septiembre de 2011 para apoyar a los empresarios y así aumentar su desarrollo productivo y mejorar su competitividad frente a la internacionalización y los tratados de libre comercio, la entidad ha desembolsado a la fecha más de un billón de pesos.

De este monto, el sector de textiles, confecciones y cuero obtuvo créditos por más de \$22 mil millones de esta modalidad de crédito. Los préstamos fueron otorgados en mayor medida para mediano y largo plazo con un 99% del total.

Línea de modernización una oportunidad para los exportadores

Bancóldex ofrece líneas de crédito para quienes necesitan expedir certificaciones, adelantar estudios de mercados, asistencia técnica, envío de muestras sin valor comercial, recursos para la innovación en diseño,

controles de calidad y empaques de productos.

Es el caso de la línea de modernización que financia, en pesos o en dólares, las inversiones requeridas por las micros, pequeñas, medianas y grandes empresas en el aumento de la capacidad de producción, actualización del aparato productivo, adopción de nuevas tecnologías e innovación y la protección del medio ambiente. Asimismo, busca lograr el encadenamiento productivo de todas las compañías del sector con miras al aumento de su competitividad y la incursión de éstas a nuevos mercados, como el TLC con Estados Unidos.



Los departamentos donde más se desembolsaron créditos para el sector fueron

ANTIOQUIA, con más de \$14.519 millones en préstamos otorgados;

CUNDINAMARCA-BOGOTÁ, cerca de \$3.947 millones

VALLE DEL CAUCA, con \$2.337 millones.

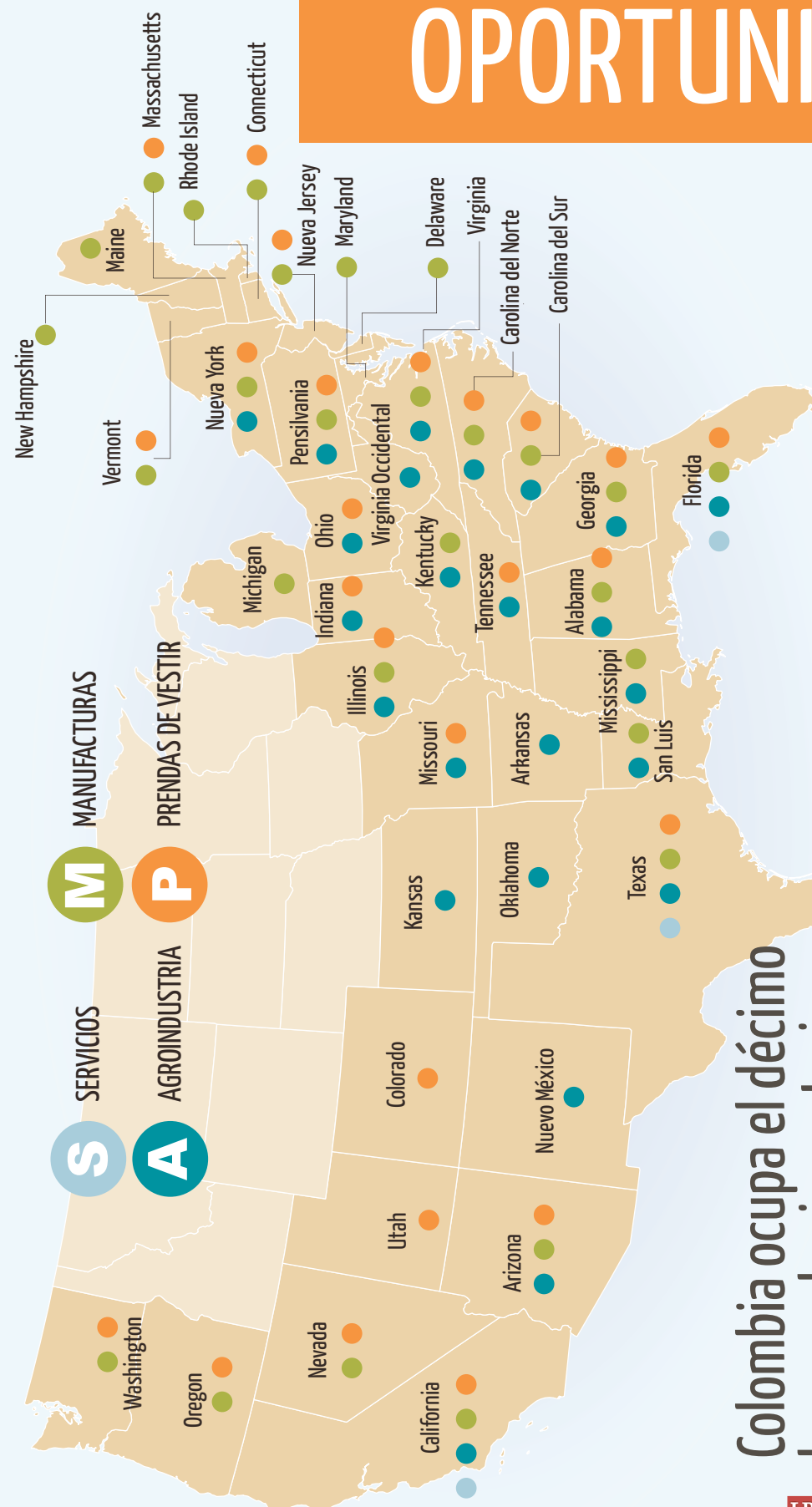


Para los empresarios interesados en obtener más información sobre esta línea de crédito comunicarse con la línea de Multicontacto – Bancóldex en **BOGOTÁ 7420281 Y PARA EL RESTO DEL PAÍS EL 01 8000 180710.**

ABC DEL TLC CON ESTADOS UNIDOS



OPORTUNIDADES



COLOMBIA SE UBICA EN LA POSICIÓN NÚMERO 20 DE LOS PAÍSES QUE EXPORTAN ENVASES Y EMPAQUES DE PLÁSTICO, ALUMINIO Y VIDRIO A LOS ESTADOS UNIDOS, CON EL 0,5%.

Colombia está en la posición número 17 en las importaciones estadounidenses de materiales de construcción, con el 0,6%.

Colombia ocupa el décimo lugar en las importaciones estadounidenses de fajas y ropa de control, con el 4,4%.

ACTUALMENTE, COLOMBIA OCUPA EL DÉCIMO PRIMER LUGAR EN LAS IMPORTACIONES ESTADOUNIDENSES DE VESTIDOS DE BAÑO, CON EL 1,3%.

Fuente: Proexport



ABC DEL TLC CON ESTADOS UNIDOS

ruta EXPORTADORA

A TRAVÉS DE CINCO PASOS, **PROEXPORT** PRESENTA LAS FASES QUE DEBE ANALIZAR, CONSIDERAR Y EVALUAR EL EMPRESARIO EN SU PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN; ADEMÁS, EXPLICA PROCEDIMIENTOS, REQUISITOS Y PRESENTA INSTRUMENTOS DE ORIENTACIÓN PARA AVANZAR EN SU INTERÉS DE LLEGAR A OTROS MERCADOS.

1 ¿LISTO PARA EXPORTAR?

1.1 Haga una selección preliminar del producto

- ★ Identifique el producto que quiere comercializar y el posible mercado donde quiere venderlo.

1.2 Evalúe su capacidad empresarial

- ★ Revise el estado de su empresa en aspectos administrativos, financieros, legales, de producción y experiencia en el mercado nacional de acuerdo con el interés de internacionalizarse.
- ★ Proexport, a través del centro de información y asesoría en comercio exterior – Zeiky, puede orientarlo y evaluar su potencial empresarial con miras a la exportación de sus productos.

1.3 Fortalezca sus conocimientos en comercio exterior



- ★ Conozca acerca de comercio exterior y fortalezca su información a través de conferencias talleres prácticos.
- ★ Proexport ofrece el Programa de Formación Exportadora a través del centro de información y asesoría en comercio exterior - Zeiky-.
- ★ Pregúntenos qué requiere saber de comercio exterior y los servicios de Proexport.

2 VALIDE LA POTENCIALIDAD DE SU PRODUCTO

2.1 Identifique su posición arancelaria.

- ★ Conozca el código, a 6 dígitos, que le permite identificar numéricamente una mercancía a nivel internacional, con este número podrá:

- ★ Analizar el comportamiento de su producto en el mercado internacional.
- ★ Conocer el arancel aduanero de los mercados de su interés.
- ★ Conocer otros requerimientos que puede tener su producto para ingresar a los mercados de su interés.

2.2 Analice el comportamiento del producto en los mercados (Monto importado por el mercado, exportaciones Colombia y competidores)

- ★ Valide el potencial exportador en el mercado internacional, en las Herramientas al exportador que Proexport ha creado para usted podrá acceder a la base de datos de exportaciones colombianas, conocer principales destinos y departamentos exportadores, entre otras variables.

- ★ Conocer esta dinámica del mercado le ayudará a orientar su estrategia internacional.

2.3 Evalúe condiciones de acceso (aranceles, certificaciones y otros requerimientos)

- ★ Cada mercado define los requerimientos de entrada para las importaciones con el fin de proteger la salud, el medio ambiente y en general que se cumplan con las normas mínimas de calidad y protección aceptadas por el consumidor. Establece además los aranceles que deben pagar sus productos y los requerimientos específicos de acceso que su producto pueda tener.

- ★ Entre las herramientas al exportador que Proexport ha creado para usted podrá identificar las principales condiciones de acceso, y enlaces a páginas web de organismos oficiales o no gubernamentales sobre aranceles, normas de origen, acuerdos comerciales, reglamentos técnicos y medidas sanitarias y fitosanitarias.

5 EVALÚE SU GESTIÓN EXPORTADORA

5.1 Compare los costos reales de exportación

- Revise si efectivamente los costos proyectados coinciden con los exportados antes de avanzar con un nuevo negocio.

5.2 Revise las mejoras a que haya lugar

- Identifique dónde tiene vacíos y busque asesoría. Acérquese a Proexport en cualquiera de las regionales o al Zeiky.

3 CONOZCA LA DEMANDA DE SU PRODUCTO

3.1 Entérese de las tendencias

Conozca las tendencias del mercado y los requerimientos de los consumidores en cuanto a calidad, empaques, contenidos, diseños entre otros.

3.2 Identifique la dinámica del mercado

Consulte información especializada de los mercados. Cada sector o producto tiene un sistema particular de distribución y es indispensable entender su funcionamiento y requerimientos.

3.3 Consulte la logística internacional

Logre la máxima eficiencia y efectividad en sus exportaciones. La cadena de distribución física internacional y la logística influyen significativamente en el costo final de un producto.

4 DISEÑE SU ESTRATEGIA EXPORTADORA

4.1 Entérese de las tendencias

Identifique la necesidad de aliados tanto en el mercado nacional como en los mercados internacionales para evitar obstáculos en el proceso de exportación.

4.2 Aplique herramientas de promoción



Conozca el portafolio de servicios de promoción internacional de Proexport y aproveche las oportunidades en los mercados externos.

4.3 Establezca estrategia de precios

Asesórese sobre las variables que debe considerar para establecer precios en los mercados externos.

4.4 Revise los términos de negociación

Tenga clara las condiciones de negociación y las normas internacionales. Busque asesoría legal en caso de requerirlo.

INDUSTRIA

COLOMBIA COMO PLATAFORMA EXPORTADORA

MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

Los principales países que exportan materiales de construcción a Estados Unidos, y a su vez los principales inversionistas en el mundo, son **Francia, Alemania, Austria, Suiza, Italia, España, Portugal, China, India y Japón** (ver cuadro 1). Para estos países, Colombia se destaca como una plataforma ideal para diferentes productos en el mercado estadounidense.

TEXTILES Y CONFECCIONES

Los principales países que exportan textiles y confecciones a Estados Unidos, y a su vez los principales inversionistas en el mundo, son **Italia, Japón, Alemania, Francia, Turquía, China, Hong Kong e India** (ver cuadro 2). Igualmente, para ellos, Colombia se destaca como una plataforma ideal para sus productos.

Con la puesta en marcha del TLC, Colombia se convierte, también, en **plataforma ideal para exportar a ese país**, pues el acuerdo no solo le abre las puertas del mercado más grande del mundo, sino que **les ofrece a otros países la posibilidad de producir en Colombia para exportar a EE.UU.**, aprovechando las preferencias arancelarias, las ventajas logísticas y los costos competitivos.

PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN A EE.UU.

País	No. De proyectos de Inversión	Monto exportado a EE.UU. Acum. 08/10	Inversión (%)	Importación (%)
Francia	171	690,4	18%	0,9%
Alemania	143	2.315,0	15%	3,1%
Austria	94	299,9	10%	0,4%
Suiza	70	279,9	7%	0,4%
Italia	43	3.861,6	4%	5,2%
España	32	1.022,0	3%	1,4%
Portugal	26	258,6	3%	0,4%
China	20	20.387,3	2%	27,6%
India	17	1.235,6	2%	1,7%
Japón	11	2.702,6	1%	3,7%

PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE TEXTILES Y CONFECCIONES A EE.UU.

País	No. De proyectos de Inversión	Monto exportado a EE.UU. Acum. 08/10	Inversión (%)	Importación (%)
Italia	93	\$ 5.198	10,8%	1,8%
Japón	64	\$ 1.650	7,4%	0,6%
Alemania	62	\$ 1.265	7,2%	0,4%
Francia	37	\$ 1.142	4,3%	0,4%
Turquía	25	\$ 2.620	2,9%	0,9%
China	13	\$ 104.053	1,5%	36,8%
Hong Kong	13	\$ 2.225	1,5%	0,8%
India	12	\$ 16.689	1,4%	5,9%



BANCOLDEX

SOMOS LA LLAVE DE SUS OPORTUNIDADES FRENTE AL **TLC** CON ESTADOS UNIDOS PARA

AUMENTAR SU COMPETITIVIDAD

INCURSIONAR EN NUEVOS MERCADOS

VENDER CON SEGURIDAD Y TRANQUILIDAD SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS EN EL EXTERIOR

BENEFICIOS ADICIONALES



TASAS DE INTERÉS REDUCIDAS



AMPLIOS PLAZOS

PARA CONTAR CON NOSOTROS, SIMPLEMENTE DÍGALE A SU BANCO

¡Quiero un crédito con Bancóldex!



LÍNEA GRATUITA MULTICONTACTO BANCÓLDEX

Bogotá: (+571) 742 0281 | Otras ciudades: 01 8000 18 0710

www.bancoldex.com



@bancoldex



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
República de Colombia

DIRECTORIO



MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

Dirección: Calle 28 No. 13A - 15
Piso 7, Bogotá
Tel: +57 (1) 6067676
www.mincomercio.gov.co

PROEXPORT COLOMBIA

Dirección: Calle 28 No. 13A - 15
Piso 35, Bogotá
Tel: +57 (1) 5600100
www.proexport.com.co

BANCOLDEX

Dirección: Calle 28 No. 13A-15
Piso 38
Tel: (+571) 742 0281
Otras ciudades: 01 8000 18 0710
www.bancoldex.com

OFICINAS REGIONALES DE PROEXPORT

BARRANQUILLA

Dirección: Calle 77B No 59 - 61
Centro 2, Oficina 306
Tel: +57 (5) 360 4000

BOGOTÁ

Dirección: Calle 28 No 13A - 15
Pisos 1, 35 y 36
Tel: +57 (1) 560 0100

BUCARAMANGA

Dirección: Calle 31A No 26 - 15
Oficina 706, Centro Comercial La Florida - Cañaveral
Tel: +57 (7) 638 2278

CALI

Dirección: Carrera 2ª Oeste No.
6-08 Oficina 403
Tel: +57 (2) 892 0291 / 94 /

96 / 97

CARTAGENA

Dirección: Centro de
Convenciones de Cartagena
Tel: +57 (5) 654 4320

CÚCUTA

Dirección: Calle 10 No 4 - 26,
Piso 4, Torre A, Edificio Cámara
de Comercio de Cúcuta
Telefax: +57 (7) 571 7979
- 5835998 - 5724088

MEDELLÍN

Dirección: Calle 4 Sur;
No 43A - 30, Oficina 401,
Edificio Formacol
Tel: +57 (4) 352 5656

PEREIRA

Dirección: Cra. 13 13-40 Oficina
402 y 403 -
Centro Comercial Uniplex
- Avenida Circunvalar
Tel: +57 (6) 335 5005

CENTROS DE INFORMACIÓN Y ASESORÍA ZEIKY

ABURRÁ SUR

Dirección: Calle 48 # 50-16
piso 4
Tel: (4) 444-2344

ARMENIA

Dirección: Cra 1 # 5-29
Tel: (6) 746-2646

BARRANQUILLA

Dirección: Universidad del Norte
Km. 5 Vía Puerto Colombia,
Edificio Posgrados piso 4
Tel: (5) 335 5005 - 350-9784

BOGOTÁ NORTE

Dirección: Calle 74 # 14-14
Tel: (1) 325-7500

BOGOTÁ PRINCIPAL

Dirección: Calle 28 # 13ª-15
Piso 1 Local 8
Tel: (1) 560-0100
BUCARAMANGA
Dirección: Cra 19 # 36-20 Piso 2
Tel: (7) 652-7000

CALI

Dirección: Calle 2A # 24c-95,
Barrio San Fernando
Tel: (2) 554-1584
Dirección: Calle 8 # 3-14
Tel: (2) 886-1300

CARTAGENA

Dirección: Centro comercial
Ronda Real 2. Local 151
Cámara de Comercio de
Cartagena
Tel: (5) 653-5562

CÚCUTA

Dirección: Calle 10 # 4-26 Torre
A piso 4
Cámara de Comercio de Cúcuta
Tel: (7) 571-3795

IBAGUÉ

Dirección: Calle 10 # 3-76 Piso
9 Of. 901
Tel: (8) 261-0944

MANIZALES

Dirección: Cra 23 # 26-60
Tel: (6) 884-4913

MEDELLÍN

Dirección: Calle 41 # 55-80
Of. 306 entrada norte
Tel: (4) 261-3600

NEIVA

Dirección: Cra 5 # 10-38 Piso 3
Tel: (8) 871-3666

PALMIRA

Dirección: Calle 28 # 30-15
Tel: (2) 273-4658

PASTO

Dirección: Calle 18 # 28-84
Tel: (2) 731-1445

PEREIRA

Dirección: Cra 8 # 23-09,
Local 10
Tel: (6) 338-7806

POPAYÁN

Dirección: Cra 7 # 4-36 Piso 2
Tel: (2) 824-3625

SAN ANDRÉS

Dirección: Avenida Colón, edificio
Frutapan. Of. 203
Tel: (8) 512-3480

SANTA MARTA

Dirección: Av. Ferrocarril 27-97
Tel: (5) 421-2064

TUNJA

Dirección: Calle 21 # 10-52
Tel: (8) 742-3816

VALLEDUPAR

Dirección: Cra 19 calle 14
Tel: (5) 583-9467

VILLAVICENCIO

Dirección: Calle 39 # 31-47
Tel: (8) 671-3737

OFICINAS REGIONALES BANCOLDEX

BARRANQUILLA

Cra. 52 No. 76-167, local 101,
centro comercial Atlantic Center
Tel: 385 0632

CALI

Calle 4 Norte No. 1N-04, edificio
Torre
Mercurio, barrio Centenario
Tel: 485 5213

MEDELLÍN

Calle 7 Sur No. 42-70, oficina 613,

edificio Forum, sector de El
Poblado
Tel: 604 0141

BUCARAMANGA

Cra. 31 No. 51-74, oficina
1207, edificio Torre Mardel
Tel: 697 0170

PEREIRA

Cra. 13 No. 13-40, oficina 405,
centro comercial Uniplex
Circunvalar
Tel: 340 0818

TELÉFONOS OFICINAS BANCOLDEX

Aipe	839 8065
Armenia	735 9500
Buenaventura	297 8201
Buga	239 1722
Cajicá	883 7036
Cartagena	693 0712
Cúcuta	594 2681
Facatativá	890 2827
Girardot	8889742
Ibagué	277 0114
Manizales	891 8603
Montería	789 7450
Neiva	863 0168
Palmira	286 8700
Pasto	736 5095
Popayán	836 8115
Rivera	838 8132
Santamarta	435 8303
Sincelejo	2762381
Sopó	871 3725
Tuluá	235 9709
Tunja	747 0838
Valledupar	589 4048
Villavicencio	684 9646
Zipaquirá	882 6860



Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo
República de Colombia

Prosperidad
para todos



PROEXPORT
COLOMBIA



BANCOLEX