



# El mercado de Materiales Construcción en Colombia

Octubre 2015

Este estudio ha sido realizado por Pablo Arce Gálvez y Álvaro Serrano López bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bogotá.

## ÍNDICE

<b>1. RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>3</b>
<b>2. DEFINICIÓN DEL SECTOR</b>	<b>7</b>
<b>3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES</b>	<b>10</b>
1. Tamaño del mercado	10
2. Producción local	11
3. Importaciones	15
4. Competidores	34
<b>4. DEMANDA</b>	<b>35</b>
1. Edificación	36
2. Dotaciones	40
<b>5. PRECIOS</b>	<b>42</b>
<b>6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL</b>	<b>44</b>
<b>7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN</b>	<b>46</b>
1. Cadena productiva	46
2. Canales de venta	46
<b>8. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS</b>	<b>51</b>
<b>9. PERSPECTIVAS DEL SECTOR</b>	<b>70</b>
<b>10. OPORTUNIDADES</b>	<b>73</b>
<b>11. INFORMACIÓN PRÁCTICA</b>	<b>76</b>
1. Instituciones relevantes	76
2. Ferias del sector	79
3. Publicaciones	80
4. Cultura empresarial	80

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

Colombia es un país que ofrece una gran cantidad de insumos para el mercado de la construcción, siendo capaz de autoabastecerse en un 95%. Ya que cuenta con suficiente materia prima para la elaboración de productos como es el caso de las areneras, cementeras, etc. Colombia cuenta con grandes fábricas de insumos aunque también se ven pequeñas empresas, algunas familiares (poco competitivas) que se dedican a la fabricación de otro tipo de materiales de escaso valor añadido. Sin embargo, la falta de competitividad de las empresas colombianas en sectores concretos ha hecho que se siga recurriendo, e incluso aumente la demanda de producto extranjero, fundamentalmente aquel con mayor valor añadido.

La industria se enfrenta a una serie de problemas entre los que destacan los problemas logísticos en el transporte interno debido a las deficitarias condiciones de las infraestructuras y el carácter tradicional y poco organizado industrialmente del tejido empresarial en algunos productos.

A pesar de las dificultades el crecimiento de la economía colombiana en 2014 fue de 4,6%, impulsado en buena parte por el dinamismo de la construcción. Esta cifra es inferior en 0,3 puntos porcentuales a la registrada en 2013, cuando alcanzó 4,9%, y 0,1 puntos por debajo del 4,7% proyectado por el Gobierno. Se espera que para finales de 2015 y el año 2016 esta cifra se reduzca hasta el 2,8% debido fundamentalmente a la bajada de los precios del petróleo, la mayor fuente de ingresos de Colombia. Sin embargo, el desempeño del sector de la construcción creció en el año 2014 un 9,9% en comparación con 2013 y se espera que continúe esta tendencia en 2015 alcanzando un crecimiento del 7,1%, a pesar de las dificultades.

La parcial reactivación que se viene dando en la economía desde finales de 2001, ha propiciado que el sector de construcción, y por ende la producción de insumos, presenten una mejora sustancial con respecto a lo observado en los últimos años, gracias al éxito que han tenido los programas de vivienda de interés social liderados por el Gobierno colombiano y las próximas concesiones de infraestructura de transporte (aeropuertos, puertos, carreteras y ferrocarriles), lo que significará la participación de capitales privados e importantes compromisos de inversión.

La producción local de materiales de construcción es fundamentalmente de arcilla, productos pétreos y otros insumos naturales, metálicos, ferrosos y no ferrosos para la industria de la construcción de obra nueva y la remodelación incluyendo azulejos y piedra para pisos y paredes y bloques de cemento.

La de materiales de construcción se puede considerar una industria madura y fuerte en Colombia. Prueba de ello es la presencia de grandes empresas internacionales de materiales de construc-

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

ción y decoración que, sin duda, representan una fuente de competencia para las empresas españolas pero también una muestra de que el mercado colombiano se está convirtiendo en una apuesta firme por empresas de envergadura y cobertura internacional, algunas de ellas son: Schindler, Lafarge, Mexichem, Holcim, Etex Group, Sika, Pilkington, Cemex, Assa Abloy, Gaviota Simbac, Saint Gobain o Elementia.

Del mismo modo, existen empresas colombianas en el sector muy consolidadas a nivel nacional e internacional y que exportan materiales de construcción y elementos de decoración al exterior, como son: Corona, Alfa, Fiber Class, Andercol S.A, Induma, Eternit, Dexson, Pavco, Skinko Colombit, Santafé, Toptec, Argos, Cerracol o Eurocerámica.

Específicamente en materiales de construcción el país exporta anualmente 320 millones de dólares en insumos con los que se proveen a los mercados, principalmente de Estados Unidos, Venezuela, Ecuador, Perú, Centroamérica y las Islas del Caribe.

Las importaciones se centran en los materiales de mayor valor añadido mientras que la producción local abastece el mercado de menor componente tecnológico y de diseño.

Los subsectores dentro de la industria de la construcción que demandan materiales de construcción de importación en Colombia son:

**Vivienda:** Se compone de un 30% en vivienda de interés social (VIS) y en un 70% en vivienda de mayor valor en las principales urbes del país. La vivienda de interés social (VIS) posee una perspectiva favorable, el gobierno planea una inversión de 2.800 millones de euros entre 2015 y 2018 e impulsará la edificación de cerca de cuatrocientas mil viviendas. Por otro lado, se anticipa una transición alcista en las viviendas de alto valor.

**Centros comerciales:** En Colombia se han triplicado los centros comerciales en los últimos diez años pasando de 60 en 2003 a 183 en 2013. En el 2014 se estimó que el crecimiento de centros comerciales fuera de 22% en los próximos 3 años.

**Oficinas:** El comportamiento del mercado inmobiliario de oficinas en 2014 fue positivo y se consolida como uno de los pilares de demanda del sector de materiales de construcción y objetos de decoración en las grandes ciudades de Colombia. Obviamente es un mercado centralizado en grandes ciudades y poblaciones intermedias.

**Hoteles:** El sector hotelero es una industria de gran crecimiento que se está consolidando en el país a gran velocidad, aportó 4,3% del PIB en 2014 y seguirá creciendo debido a los incentivos fiscales, la mejora de las infraestructuras y el incremento de turistas que fue de 8,4% respecto a 2013.

**Restauración:** Destacar el desempeño del sector de las franquicias en 2014 estuvo por encima del 10% y para 2015 la expectativa es que baje un poco, pero que sea superior al crecimiento del PIB.

**Hospitales:** Luís Fernando Mejía, Subdirector del Departamento Nacional de Planeación (DNP) anunció que el gobierno nacional invertirá en 2015 un presupuesto de 40 millones de euros para adelantar un proyecto de fortalecimiento de la capacidad instalada y que estará a cargo del Ministerio de Salud y Protección Social.

**Prisiones:** El presupuesto en esta área ha aumentado un 20% en los últimos 3 años. Frente a este entorno, el Gobierno a través de la Unidad de Servicios Penitenciarios y Carcelarios (Uspec) prevé

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

una inversión cercana a 315 millones de euros para ampliar y construir modernos establecimiento en Colombia y que permitirá crear 21.348 nuevas plazas carcelarias.

**Dotaciones educativas:** La Educación cuenta para 2015 con la mayor partida de gastos sólo por detrás de lo destinado al servicio de la deuda pública, se le asigna un monto de 23.524 millones de dólares, con un incremento del 11,9% y un peso en el PIB del 5,7 %.

En general se puede decir que la percepción que se tiene del producto español es la de un segmento medio-alto de calidad y con un precio medio. Esta imagen lo coloca un poco por debajo en cuanto a la imagen de calidad y precio de los productos de otros países europeos, como Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, o Estados Unidos y por encima en calidad y precio respecto de los productos asiáticos, especialmente provenientes de China.

Este mercado ofrece buenas oportunidades para las empresas españolas que suministren materiales de acabados y decoración con alto valor en calidad y diseño a un precio competitivo (grifería, carpinterías, mampostería, alicatado, piedra natural, etc).

En conclusión, los factores decisivos fundamentales a tomar por el cliente colombiano para decantarse por la compra de un producto son:

- Producto de calidad competitivo en precio.
- Empresa que ofrezca una buena situación financiera.
- Red de distribución.
- Cumplimiento de los plazos.
- Experiencia previa internacional.
- Servicio postventa, servicio que no suele ser de gran calidad en Colombia.
- Prestigio previo en el mercado español. Las empresas colombianas están muy centradas en el retorno. Culturalmente los gustos de los españoles son un espejo en el que poder mirarse por lo que un producto de éxito en el mercado español podría tener mejor aceptación en Colombia.

Existen varios canales de distribución destacables en el mercado de los materiales de construcción en Colombia y que poseen sus peculiaridades

**Venta a través de importador / distribuidor:** La forma más habitual usada por las empresas exportadoras españolas. Es importante que el distribuidor tenga experiencia en el mercado, una buena red de ventas (en función de la cual, se le designará las regiones de su competencia), con buenas capacidades institucionales, que represente también otras marcas de materiales de construcción conocidas, ofrecer un servicio postventa de calidad, etc.

**Venta a través de tiendas y pequeños almacenes:** Este canal de distribución lo componen pequeños establecimientos localizados en zonas urbanas que se encargan de distribuir materiales de construcción al cliente minorista (particulares o pequeños negocios de construcción y reparaciones). En Colombia este tipo de comercios tiende hacia la concentración en una zona concreta de cada ciudad. La tendencia de los establecimientos minoristas se dirige hacia la profesionalización y expansión en cadenas vía franquicia o filiales.

**Venta a través de grandes superficies o franquicias:** Grandes establecimientos situados en el extrarradio de las principales ciudades que buscan la diversificación de productos para llegar a un público menos especializado y más orientado a las actividades de remodelación del hogar como Homecenter y Home Sentry. Su poder de ventas se basa en la gran gama de productos que ofre-

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

ce, un servicio postventa de gran calidad y, fundamentalmente la posibilidad de ofrecer un precio muy competitivo al cliente minorista.

**Venta online:** Para el sector de materiales de construcción sigue siendo un canal bastante inmaduro en Colombia y poco utilizado aunque empresas líderes de las ventas multiproducto a través de internet como Linio están teniendo un gran éxito. Se espera que su progresión sea muy positiva como lo ha sido en países más desarrollados económicamente. El cliente final de este tipo de canal es el consumidor doméstico.

**Venta directa:** A través de establecimiento propio con showroom, esta opción es recomendable principalmente para empresas de materiales de construcción de alta gama con marca reconocida.

**Venta a través de prescriptores de opinión:** Especialmente en la construcción de obra nueva la decisión final para elegir un determinado material la tienen prescriptores de opinión como son promotores inmobiliarios, encargados de compras de empresas constructoras, arquitectos, gerentes de construcción y diseñadores por lo que mostrar las virtudes de un determinado producto a estos actores del sector a través de agentes comerciales puede ser una estrategia válida y que no requiere de una inversión elevada.

En relación a las barreras de entrada para las empresas españolas que desean establecer relaciones comerciales con Colombia, es necesario reseñar que este país se ubica en una región privilegiada para su acceso tanto por mar y aire, sin embargo las infraestructuras terrestres no presentan una eficiencia óptima. A raíz de la entrada en vigor del TLC se ha logrado una disminución de las barreras y contingentes facilitando un mayor y más seguro intercambio de mercancías entre la UE y Colombia pero a la hora de importar bienes para construcción y diseño destaca la especial atención que se ha de prestar a las Normas Técnicas y a posibles licencias.

En conclusión, para 2015, el balance de aspectos positivos y negativos de la actividad se puede resumir en dos grandes elementos: En el lado positivo, los factores determinantes estarán asociados a la continuidad de programas de vivienda de interés social, así como un desarrollo de las viviendas de alto valor y un positivo dinamismo inercial que exhiben los destinos no residenciales como son el sector hotelero, comercial, oficinas, y especialmente restauración. En el lado negativo será determinante para las empresas exportadoras españolas el comportamiento de la moneda local (depreciada en exceso) frente al euro, y la desaceleración económica del país debido a la gran dependencia de las ventas de petróleo.

## 2. DEFINICIÓN DEL SECTOR

En este estudio se analiza el sector de materiales para la construcción en Colombia, al cual se intentará hacer una aproximación mediante el análisis de las diversas partidas y capítulos arancelarios que lo componen. Dada la complejidad y amplitud del sector, de la multitud de materiales existentes y de su heterogeneidad en función de la tipología de construcción, resulta muy complejo establecer una metodología única que abarque la totalidad de los materiales que se engloban dentro del sector.

Por lo tanto, se hace necesario acotar el objeto del estudio limitándolo a determinados segmentos y a aquellos productos que según fuentes consultadas como ICEX España, cámaras de comercio y empresas españolas participantes en la Feria Expoconstrucción y Expodiseño 2015 son del mayor interés, centrándose en aquellos aspectos cualitativos que componen la oferta y la demanda del mercado. A esto hay que sumar la escasa organización existente, en algunos casos, entre los diferentes actores que componen la industria, lo que restringe enormemente la obtención de información actualizada.

El siguiente estudio se focalizará en los siguientes materiales identificados también mediante sus partidas arancelarias correspondientes, atendiendo a los intereses de las empresas españolas del sector:

- Pizarra en bloques o placas.
- Mármol.
- Granito.
- Yeso.
- Cementos hidráulicos.
- Tableros de fibra de madera.
- Madera contrachapada.
- Adoquines, bordillos y losas para pavimentos de piedra natural
- Piedras de talla.
- Pizarra natural.
- Ladrillos, placas, baldosas y piezas cerámicas.
- Placas y baldosas de cerámica sin barnizar.
- Placas y baldosas de cerámica sin barnizar
- Alambón de hierro o acero.
- Tubos y perfiles huecos de fundición.
- Construcciones y sus partes.
- Manufacturas de hierro y acero.
- Herrajes metálicos.
- Artículos sanitarios (grifería, cisternas, válvulas, etc.).
- Lámparas y elementos de iluminación.
- Construcciones prefabricadas.



## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

Capítulo arancelario	Material
2514	PIZARRA INCLUSO DESBASTADA O SIMPLEMENTE TROCEADA POR ASERRADO O DE OTRO MODO EN BLOQUES O EN PLACAS CUADRADAS O RECTANGULARES
2515	MARMOL- TRAVERTINOS- -ECAUSSINES- Y DEMAS PIEDRAS CALIZAS DE TALLA O DE CONSTRUCCION DE DENSIDAD APARENTE SUPERIOR O IGUAL A 2.5 Y ALABASTRO- INCLUSO DESBASTADOS O SIMPLEMENTE TROCEADOS- POR ASERRADO
2516	GRANITO- PORFIDO- BASALTO- ARENISCA Y DEMAS PIEDRAS DE TALLA O DE CONSTRUCCION- INCLUSO DESBASTADOS O SIMPLEMENTE TROCEADOS- POR ASERRADO O DE OTRO MODO- EN BLOQUES O EN PLACAS CUADRADAS O RECTANGULAR
2520	YESO NATURAL. ANHIDRITA. YESO FRAGUABLE CONSISTENTE EN YESO NATURAL CALCINADO O EN SULFATO DE CALCIO- INCLUSO COLOREADO O CON PEQUENAS CANTIDADES DE ACELERADORES O RETARDADORES
2523	CEMENTOS HIDRAULICOS COMPRENDIDOS LOS CEMENTOS SIN PULVERIZAR O -CLINKER-- INCLUSO COLOREADOS
4411	TABLEROS DE FIBRA DE MADERA U OTRAS MATERIAS LEÑOSAS- INCLUSO AGLOMERADAS CON RESINAS O DEMAS AGLUTINANTES ORGANICOS
4412	MADERA CONTRACHAPADA- MADERA CHAPADA Y MADERA ESTRATIFICADA SIMILAR
6801	ADOQUINES ENCINTADOS BORDILLOS Y LOSAS PARA PAVIMENTOS DE PIEDRA NATURAL EXCEPTO LA PIZARRA
6802	PIEDRAS DE TALLA O DE CONSTRUCCION TRABAJADAS EXCLUIDA LA PIZARRA Y SUS MANUFACTURAS- EXCEPTO LAS DE LA PARTIDA 68.01. CUBOS- DADOS Y ARTICULOS SIMILARES PARA MOSAICOS- DE PIEDRA NATURAL
6803	PIZARRA NATURAL TRABAJADA Y MANUFACTURAS DE PIZARRA NATURAL O AGLOMERADA
6902	LADRILLOS- PLACAS- BALDOSAS Y PIEZAS CERAMICAS ANALOGAS DE CONSTRUCCION- REFRACTARIOS- EXCEPTO LOS DE HARINAS SILICEAS FOSILES O DE TIERRAS SILICEAS ANALOGAS
6907	PLACAS Y BALDOSAS- DE CERAMICA- SIN BARNIZAR NI ESMALTAR- PARA PAVIMENTACION O REVESTIMIENTO. CUBOS- DADOS Y ARTICULOS SIMILARES- DE CERAMICA- PARA MOSAICOS- SIN BARNIZAR NI ESMALTAR- INCLUSO CON SOPORTE
6908	PLACAS Y BALDOSAS- DE CERAMICA- BARNIZADAS O ESMALTADAS- PARA PAVIMENTACION O REVESTIMIENTO. CUBOS- DADOS Y ARTICULOS SIMILARES- DE CERAMICA- PARA MOSAICOS- BARNIZADOS O ESMALTADOS- INCLUSO CON SOPORTE
7213	ALAMBRON DE HIERRO O ACERO SIN ALEAR
7303	TUBOS Y PERFILES HUECOS DE FUNDICION
7308	CONSTRUCCIONES Y SUS PARTES POR EJEMPLO PUENTES Y SUS PARTES- COMPUERTAS DE ESCLUSAS- TORRES- CASTILLETES- PILARES- COLUMNAS- ARMAZONES PARA TECHUMBRE- TECHADOS- PUERTAS Y VENTANAS Y SUS MARCOS-
7326	MANUFACTURAS DE HIERRO O ACERO
8302	GUARNICIONES- HERRAJES Y ARTICULOS SIMILARES- DE METAL COMUN- PARA MUEBLES- PUERTAS- ESCALERAS- VENTANAS- PERSIANAS- CARROCERIAS- ARTICULOS DE GUARNICIONERIA- BAULES- ARCAS- COFRES Y DEMAS MANUFACTURA
8481	ARTICULOS DE GRIFERIA Y ORGANOS SIMILARES PARA TUBERIAS- CALDERAS- DEPOSITOS- CUBAS O CONTINENTES SIMILARES- INCLUIDAS LAS VALVULAS REDUCTORAS DE PRESION Y LAS VALVULAS TERMOSTATICAS
8539	LAMPARAS Y TUBOS ELECTRICOS DE INCANDESCENCIA O DE DESCARGA- INCLUIDOS LOS FAROS O UNIDADES -SELLADOS- Y LAS LAMPARAS Y TUBOS DE RAYOS ULTRAVIOLETAS O INFRARROJOS. LAMPARAS DE ARCO.-
9406	CONSTRUCCIONES PREFABRICADAS

# 3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES

## 1. TAMAÑO DEL MERCADO

Colombia no solo es una de las regiones más urbanizadas a nivel mundial con un 72% de población viviendo en zonas urbanas sino que está en constante crecimiento. La Federación Interamericana de la Industria de la Construcción (FIIC) estima para los próximos años un desarrollo positivo del sector de la construcción en este país.

Impulsado por el dinamismo de la construcción, el crecimiento de la economía colombiana durante 2014 fue de 4,6%. Esta cifra es inferior en 0,3 puntos porcentuales a la registrada en 2013, cuando alcanzó 4,9%, y 0,1 puntos por debajo del 4,7% proyectado por el Gobierno. Se espera que para el 2015 esta cifra se reduzca hasta 2,8% debido a la bajada de los precios del petróleo, la mayor fuente de ingresos de Colombia. Sin embargo, el desempeño del sector de la construcción creció el año 2014 un 9,9% en comparación con 2013 y se espera que continúe esta tendencia en 2015 alcanzando un crecimiento de 7,1%.

La relevancia que tiene la construcción en la economía de Colombia en términos de valor de la producción es muy elevada y está evolucionando muy favorablemente. Mientras que en el 2000 el sector generaba recursos en el sector de la construcción por 3.000 millones de euros, para 2013 esta cifra se multiplicó por siete y alcanzó un total de 21.300 millones de euros. En lo que respecta al 2014 el desempeño del sector siguió una trayectoria sobresaliente. En datos acumulados hasta septiembre del año 2014 el valor de la producción se ubicó por encima de los 18.500 millones de euros, cifra un 16,8% superior si se compara con la registrada en el mismo periodo de 2013, dicho crecimiento se explicó tanto por el desempeño de las obras de ingeniería civil (22,3%) como por la construcción de edificaciones (12%) que en conjunto conforman el PIB de la construcción.

Se espera que la tendencia de crecimiento del sector de la construcción en Colombia continúe para los próximos años, estimulado por un entorno económico favorable (a pesar de la bajada de los precios del petróleo) los nuevos modelos de financiación y la necesidad cada vez más imperante de inversión en infraestructuras que mejoren las condiciones logísticas del país y su competitividad global.

Para Jorge Enrique Gómez, presidente de la Lonja de Propiedad Raíz de Bogotá, “el sector inmobiliario y constructor se encuentra en uno de sus mejores momentos y de acuerdo con las proyecciones, en 2015 puede crecer en un 7.1%. Este auge se debe a la demanda en la construcción

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

de edificaciones, la infraestructura y los programas de vivienda, lo que se refleja en el crecimiento sostenido de la economía colombiana”.

En relación al mercado de la decoración y el mobiliario existe optimismo en los productores de muebles de Colombia. Según el último informe del Centro Virtual de Negocios (CNV), hubo un aumento en la producción del sector de 2,2% (2014) en comparación con el mismo período del 2013 y un crecimiento en las ventas del 1,5%.

Fedemaderas, explica que este comportamiento en el mercado podría deberse a que más colombianos han adquirido vivienda de interés social y por lo tanto el ingreso interno per cápita se ha visto incrementado.

Por otro lado, las dificultades económicas en Europa hizo que países como Italia, España y Portugal, productores de muebles con diseños exclusivos, fijaran la vista en el mercado colombiano, aumentado sus exportaciones al país y aprovechándose de la debilidad que existe en la industria local debido a la falta de exploración de mercados, la baja competitividad frente a los competidores internacionales, la carencia de materias primas y falta de apoyo del Estado para el sector.

Para el mercado local ha sido complicado encontrar socios comerciales lejos del país. El impacto por la pérdida de compradores en Venezuela, que en 2008 representaba el 41% de las exportaciones, y el de Centroamérica ha sido tan pronunciado que, aunque debería haberse vendido el 58%, el sector a junio de 2014, solo había llegado al 46% de lo que se comercializó en 2013.

Mientras los productores locales solicitan al estado centros de transferencia de tecnología y la conformación de clusters para el desarrollo de la industria, países de Asia, México y Europa se aproximan a los consumidores locales, sobre todo, por medio de las grandes superficies.

A nivel laboral, el sector de la construcción es uno de los más importantes de la economía colombiana. Los resultados obtenidos por DANE en el año 2013 dicen que 1.386.580 personas se encontraban ocupadas en el sector de la construcción, representando cerca del 6.4% del total de ocupados en el país, siendo el séptimo sector productivo con la mayor participación de mano de obra a nivel nacional para finales del año 2013. Dentro de este sector se destacan los trabajadores dedicados a la construcción de edificaciones con un 58,3% y un 15,8% son los empleados en la terminación de edificios.

## 2. PRODUCCIÓN LOCAL

La producción local de materiales de construcción es fundamentalmente arcilla, mármol y otros productos naturales, metálicos, ferrosos y no ferrosos para la industria de la construcción de obra nueva y la remodelación incluyendo azulejos de arcilla, piedra para pisos y paredes y bloques de cemento.

La producción y consumo de cemento es un indicador de referencia de la evolución del sector de la construcción. La producción de cemento gris en abril de 2013 creció un 4,2% respecto al mismo mes de 2012. Los despachos de cemento gris, durante el mes de abril de 2013 crecieron 16,4% respecto a abril de 2012. Por canal de distribución el incremento más importante se registró en constructores y contratistas, con una variación de 35,3%. Cifras que muestran claramente el crecimiento de la producción colombiana.

La industria de los materiales de construcción se encuentra directamente relacionada con la actividad constructora, en mayor o menor grado, dependiendo de sus características técnicas, del

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

costo, y de las preferencias del consumidor, entre otros factores. De esta forma, la producción de los materiales de construcción ha presentado una evolución similar a la mostrada por el sector construcción. Desde 1998 la producción de algunos materiales como el cemento y los ladrillos empezaron a presentar caídas, siendo los primeros en ser afectados por la crisis que enfrentó la economía en ese año. Durante los siguientes años, otros hechos afectaron negativamente al sector (efecto de crisis externas e inestabilidad política) reflejándose sobre el comportamiento de la producción de la mayoría de insumos del sector presentando tasas negativas durante el periodo de recesión. La parcial reactivación que se viene dando en la economía desde fines de 2001, ha propiciado que el sector de construcción, y por ende la producción de insumos, presenten una mejora sustancial con respecto a lo observado en los últimos años, gracias al éxito que han tenido los programas de vivienda de interés social liderados por el Gobierno colombiano y las próximas concesiones de infraestructura de transporte (aeropuertos, puertos, carreteras y ferrocarriles), lo que significará la participación de capitales privados e importantes compromisos de inversión.

La de materiales de construcción se puede considerar una industria madura y fuerte en Colombia gracias al dinamismo del sector y a la constante demanda de productos que se han ajustado a la regulación nacional, una de las más estrictas de Latinoamérica y modelo para varios países.

Satisfacer la exigente demanda interna ha elevado la competitividad de las empresas, así como la innovación y el valor agregado de sus productos que llegan a más de 80 mercados. La oferta existente de materiales de construcción en Colombia es amplia, prueba de ello es la presencia de grandes empresas internacionales de materiales de construcción y decoración que, sin duda, representan una fuente de competencia para las empresas españolas pero también una muestra de que el mercado colombiano se está convirtiendo en una apuesta firme por empresas de envergadura y cobertura internacional, algunas de ellas son: Schindler, Lafarge, Mexichem, Holcim, Etex Group, Sika, Pilkington, Cemex, Assa Abloy, Gaviota Simbac, Saint Gobain o Elementia.

Del mismo modo, existen empresas colombianas en el sector muy consolidadas a nivel nacional e internacional y que exportan materiales de construcción y elementos de decoración al exterior, como son: Corona, Alfa, Fiber Class, Andercol S.A, Induma, Eternit, Dexson, Pavco, Skinko Colombit, Santafé, Toptec, Argos, Cerracol o Eurocerámica.

El sector del mueble y la decoración continúa conformado en su mayoría por pequeñas y medianas empresas. A continuación están el número de empresas inscritas según actividad económica:

**Tabla 3.1. Empresas de mobiliario en Colombia 2014.**

Actividad	Nº de empresas
Fabricación de muebles para el hogar	1448
Fabricación de muebles para oficina	662
Fabricación de muebles para comercio	461
Fabricación de otros muebles	166
Fabricación de colchones y somieres	164

*Fuente: Estudio Sector Muebles y Decoración en Colombia realizado por DIS/DOPP Consultores.*

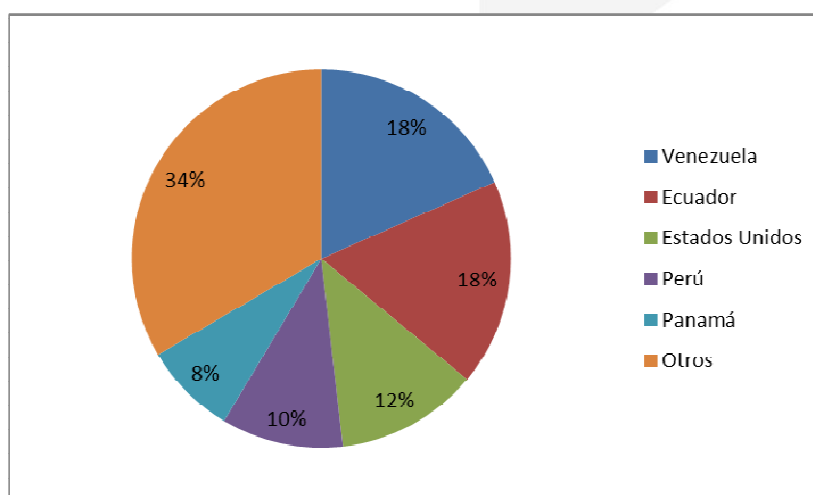
En relación a las exportaciones por parte de Colombia, en el consolidado de los sectores de materiales de construcción que aúnan diferentes productos como: Materiales de construcción generales, manufacturas de hierro y acero, aparatos eléctricos, muebles y madera, pigmentos y pinturas y conductores eléctricos Colombia exportó 1.229,1 millones de dólares durante el año 2013,

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

mostrando un decrecimiento del 7,7% frente al 2012, debido principalmente a la firma de Tratados de Libre Comercio que hicieron más competitivos diversos productos extranjeros.

En la siguiente tabla se muestran los principales socios comerciales de Colombia en el mercado de exportación de materiales de construcción:

**Tabla 3.2. Socios comerciales de exportación Colombia 2013.**

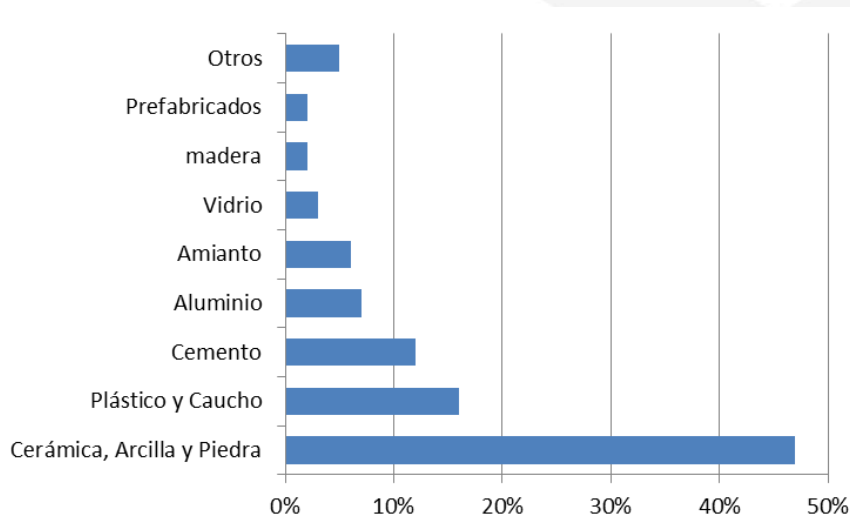


*Fuente: Estudio Materiales de construcción en Colombia realizado por ProExport.*

Específicamente en materiales de construcción el país exporta anualmente 320 millones de dólares en insumos con los que se proveen a los mercados, principalmente de Estados Unidos, Venezuela, Ecuador, Perú, Centroamérica y las Islas del Caribe. Por otro lado, el país exportó muebles y manufacturas de madera por valor de 130 millones de euros en el año 2013, mostrando un ligero descenso respecto del año 2012

En la siguiente gráfica se muestran los principales productos colombianos del sector de la construcción que son exportados al exterior.

**Tabla 3.3. Exportaciones de materiales de construcción acumulado 2009-2011(%).**



*Fuente: Estudio Materiales de construcción en Colombia realizado por ProExport.*

En relación a las áreas geográficas de mayor relevancia en cuanto a la exportación de materiales de construcción se encuentran Atlántico, Cundinamarca y Bogotá que exportaron productos de materiales de construcción por valor de 76 millones de dólares en el periodo enero-abril de 2014, lo que equivale al 69,1% de las exportaciones de este sector.

En el sector de la decoración y el mobiliario Colombia presenta una balanza deficitaria. Las importaciones colombianas de estos productos llegaron a noviembre del 2014 a los 398 millones de dólares en valor CIF con un crecimiento mayor al 50% en relación con las importaciones de 2009, mientras que las exportaciones se han ido reduciendo casi en un 30% pasando de 354 millones de dólares en valor CIF en 2009 a 105,3 millones de dólares en valor CIF a noviembre de 2014.

Este fenómeno se debe al comportamiento negativo de la industria nacional y a un incremento sustancial en la demanda interna, impulsado por el sector construcción de viviendas y oficinas, que ha obligado a aumentar las importaciones sustancialmente.

## 3. IMPORTACIONES

El sector motivo de análisis es de una gran amplitud, consta de cientos de partidas arancelarias por lo que se ha hecho una selección de aquellos que, a recomendación y petición de ICEX y otras asociaciones sectoriales resultan prioritarios para las empresas españolas. Se ha intentado cubrir la gama más amplia posible de productos. A continuación se muestran aquellos de los que se ha desgranado su relación comercial entre España, la competencia y Colombia:

### Pizarra en bloques o placas (2514)

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2012, 2013, 2014 y el total de importaciones desde el año 2009.

País proveedor	2012 TOTAL (USD)	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
BRASIL	76.833,47	61.516,75	96.962,57	377.299,08
INDIA	0,00	0,00	38.978,28	38.978,28
CHINA	8.420,32	14.110,67	3.384,09	36.835,08
<b>TOTAL</b>	<b>85.253,79</b>	<b>75.627,42</b>	<b>139.324,94</b>	<b>453.112,44</b>

Sólo se identifican 3 países importadores a Colombia de este tipo de productos en las bases de datos, y entre ellos no se encuentra España, de este modo podemos constatar que este mercado está muy monopolizado y la presencia de producto español para esta partida arancelaria es nula o residual, por lo que la dificultad para la exportación de este producto será muy elevada.

### Mármol (2515)

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los 10 principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2013, 2014, 2015 (Hasta Abril) y el total de importaciones desde el año 2009.

País proveedor	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	2015 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
ESPAÑA	148.223,79	266.916,95	116.071,71	996.133,75
EGIPTO	83.416,56	65.696,49	82.711,71	394.373,67
TURQUIA	107.967,65	39.890,71	49.776,75	260.150,19
PANAMA	8.123,75	75.370,92	6.070,40	187.117,16
ITALIA	38.782,90	28.820,04	2.897,75	102.237,14
BULGARIA	0,00	0,00	36.298,55	36.298,55
REPUBLICA DOMINICANA	18.457,64	0,00	0,00	29.019,28
ESTADOS UNIDOS	0,00	0,00	0,00	22.172,05
ISRAEL	0,00	0,00	0,00	15.783,00
VIRGENES ISLAS BRITANICAS	0,00	0,00	0,00	9.653,16
RESTO	4.329,60	0,00	255,78	13.314,82
<b>TOTAL</b>	<b>409.301,89</b>	<b>476.695,11</b>	<b>294.082,65</b>	<b>2.066.252,77</b>

Las importaciones están bastante diversificadas, pero existe un líder absoluto en el mercado de la exportación de mármol en Colombia y este es España, su trayectoria es muy positiva y sus cuotas de mercado se han visto incrementadas desde hace bastantes años debido a productos autócto-

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

nos de conocida reputación y gran desempeño internacional como son los mármoles blanco de Macael, crema marfil o marrón emperador. Es destacable el desempeño negativo de las empresas italianas, que han visto reducida su presencia en los últimos años de forma muy clara.

El mercado de la piedra está fuertemente influenciado por el precio, los costes logísticos en Colombia son altos y la competencia proveniente de países como Egipto o Turquía es muy fuerte debido a su gran competitividad en precio y una calidad de calidad buena. Siendo preguntadas empresas colombianas del sector al respecto se ha constatado que, como para otros productos, ofrecer un valor añadido diferencial es fundamental para competir. Algunos de las características más valoradas por las empresas colombianas son ofrecer grosores tecnológicamente inaccesibles para la competencia, poseer cantera propia para reducir costes, ofrecer capacidad de suministro de mucho material del mismo color, tonalidad (mismo bloque) para grandes obras y no tener problemas de suministro a precios constantes.

Las principales empresas colombianas importadoras y distribuidoras de este producto son:

- Granitos y Mármoles SA.
- Euromármol Ltda.
- CI Edificare SA.
- Marmisol SAS
- Intercontinental de mármoles SA

### Granito (2516)

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2013, 2014, 2015 (Hasta Abril) y el total de importaciones desde el año 2009.

País proveedor	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	2015 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
BRASIL	0,00	0,00	0,00	258.517,56
PANAMA	0,00	0,00	0,00	57.427,39
CHINA	4.004,06	9.789,96	15.348,23	40.807,19
ESPAÑA	37,37	43,80	39.749,48	39.830,65
REPUBLICA DOMINICANA	0,00	8.880,00	0,00	33.370,00
VENEZUELA	0,00	0,00	0,00	9.385,00
ESTADOS UNIDOS	5.154,50	0,00	257,00	5.411,50
ALEMANIA	0,00	0,00	0,00	3,35
<b>TOTAL</b>	9.195,93	18.713,76	55.354,71	444.752,64

La mayoría de las importaciones provienen de pocos países, destacando claramente Brasil que representa un 58% de las importaciones de Colombia para este producto. España posee una situación muy consolidada en el 4º lugar de exportadores.

Las principales empresas colombianas importadoras y distribuidoras de este producto son:

- Granitos y Mármoles SA.
- La Pedrera SAS.



## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

- Mármoles y Granitos de Alicante Ltda.
- Alfagres SA.
- Better Bdc Internacional SA.

Se puede observar, que algunos países han tenido una tendencia alcista en sus exportaciones de estos productos hacia Colombia debido al buen ritmo de la construcción en este país, como es el caso de España, es llamativo el caso de países como Brasil que partiendo de una buena situación en el mercado hace 5 años han visto reducidas sus exportaciones de este producto a Colombia a niveles prácticamente nulos.

### **Yeso Natural (2520)**

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los 10 principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2012, 2013, 2014 y el total de importaciones desde el año 2009.

País proveedor	2012 TOTAL (USD)	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
ESTADOS UNIDOS	474.911,53	1.192.956,41	849.197,64	3.389.578,49
ESPAÑA	51.600,22	57.535,39	68.566,58	922.735,11
CANADA	71.866,82	81.981,14	0,00	172.256,90
CHILE	14.586,56	8.236,80	31.740,00	54.563,36
MEXICO	0,00	10.713,98	12.563,72	32.577,16
BRASIL	4.056,00	0,00	0,00	10.356,00
CHINA	4.358,70	0,00	0,00	5.258,70
ITALIA	0,00	0,00	0,00	947,19
INDIA	0,00	0,00	0,00	560,40
PUERTO RICO	5,00	0,00	0,00	5,00
<b>TOTAL</b>	<b>621.384,83</b>	<b>1.351.423,72</b>	<b>962.067,94</b>	<b>4.588.838,31</b>

La mayoría de las importaciones provienen de pocos países, destacando claramente Estados Unidos que representa un 73% de las importaciones de Colombia para este producto. España posee una situación muy consolidada en el 2º lugar de exportadores. Sin embargo, en un mercado del tamaño de Colombia que sólo exporte yeso por valor de menos de 5 millones de dólares en los últimos 5 años pone de manifiesto que Colombia se autoabastece con la producción local.

Las principales empresas colombianas importadoras y distribuidoras de este producto son:

- Cementos Argos SA.
- Gyplac Comercial de Colombia.
- Compañía Colombiana de Cerámica.
- Gyptec SA
- Loceria Colombiana SA

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

Se puede observar, que algunos países han tenido una tendencia alcista en sus exportaciones de estos productos hacia Colombia debido al buen ritmo de la construcción en este país, como es el caso de España, es llamativo el caso de países como Italia o Brasil que partiendo de una buena situación en el mercado hace 5 años han visto reducidas sus exportaciones de este producto a Colombia a niveles prácticamente nulos.

### **Cementos hidráulicos (2523)**

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los 10 principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2013, 2014, 2015 (Hasta Abril) y el total de importaciones desde el año 2009.

País Origen	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	2015 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
PORTUGAL	0,00	1.291.931,71	1.647.891,75	2.939.823,46
REPUBLICA DOMINICANA	594.130,00	1.380.000,00	482.080,00	2.766.890,00
ECUADOR	678.986,90	1.250.188,20	433.568,40	2.379.359,65
JAPON	0,00	0,00	1.746.954,24	1.746.954,24
ALEMANIA	250.597,00	290.703,30	257.494,95	1.119.813,92
MEXICO	170.835,41	180.822,71	112.601,56	736.076,68
ARGENTINA	0,00	0,00	0,00	445.612,51
ESPAÑA	24.927,01	44.086,79	137.950,46	253.513,81
PERU	99.585,95	72.710,00	0,00	225.077,43
ESTADOS UNIDOS	93.718,61	28.194,45	74.536,55	225.018,87
RESTO	69.394,00	129.906,18	120.577,09	637.181,95
<b>TOTAL</b>	1.982.174,88	4.668.543,34	5.013.655,00	13.475.322,52

Las importaciones están bastante diversificadas, no existe un líder claro que monopolice la exportación de este producto en Colombia. El desempeño de España para este producto es bastante positivo ya que ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años. Llama la atención la competencia de Portugal y Japón que desde que firmaron Tratados de Libre Comercio (TLC) en Agosto del año 2013 se situaron en posiciones de liderazgo del mercado de exportación de cemento.

Las principales empresas colombianas importadoras y distribuidoras de este producto son:

- Ultracem SA.
- Cementos Atlas SA.
- Cemex Colombia SA.
- Transmerquim de Colombia SA
- Ojeda Burbano Wilson German SA

Se puede observar, que todos los países han tenido una tendencia alcista en sus exportaciones de estos productos hacia Colombia debido al buen ritmo de la construcción en este país, como es el caso de España. Sin embargo, las cifras de exportaciones de cemento son muy bajas para un mercado del tamaño y el grado de madurez de Colombia, esto se debe a que Colombia se auto-

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

abastece de cemento nacional, al no ser éste un producto de alto valor añadido y en el que el precio es el factor decisorio fundamental.

### **Tableros de fibra de madera (4411)**

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los 11 principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2012, 2013, 2014 y el total de importaciones desde el año 2009.

País proveedor	2012 TOTAL (USD)	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
CHILE	2.519.609,50	2.912.011,89	1.739.432,37	11.651.126,53
CHINA	893.791,85	917.789,20	1.144.407,41	5.400.414,32
HOLANDA	411.816,97	1.094.013,45	770.953,51	3.313.481,06
BRASIL	22.808,00	400.857,84	1.019.403,83	1.748.863,96
ALEMANIA	8.135,73	414.913,95	530.217,01	1.190.622,46
URUGUAY	21.025,44	0,00	43.839,69	656.773,59
VENEZUELA	0,00	11.051,43	232.198,12	381.172,64
AUSTRIA	0,00	51.659,95	215.399,25	328.036,80
PANAMA	0,00	107.020,15	105.956,95	305.557,43
HONG KONG	36.885,89	26.290,65	32.568,17	244.675,02
ESPAÑA	15.867,98	30.966,97	100.009,04	242.056,57
RESTO	293.069,82	375.738,87	345.171,80	1.417.326,07
<b>TOTAL</b>	<b>4.223.011,18</b>	<b>6.342.314,35</b>	<b>6.279.557,15</b>	<b>26.880.106,45</b>

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), la producción de del sector forestal-madera-muebles en Colombia contribuyo al total de la industria manufacturera en un 1,49%. El Ministerio de Agricultura estima que Colombia cuenta con 17 millones de hectáreas aptas para la reforestación comercial en el Eje Cafetero, Caribe y Orinoquía.

Hasta el año 2013, el país tenía 453 mil hectáreas comerciales reforestadas, es decir el 2,6% del total de las tierras viables para ese fin, según cálculos de Fedemaderas. Entre 66 sectores industriales, por número de establecimientos, la fabricación del mueble ocupa el quinto lugar en el país.

Según entrevistas realizadas a diferentes estudios de arquitectura de Colombia, sin duda, grandes prescriptores de opinión para este tipo de producto, la oferta existente de este tipo de materiales en madera (pavimentos, carpinterías, etc.) es muy poco variada, por lo que en ocasiones deben encargar la producción a carpinteros locales. De este modo, se puede constatar que este producto supone un foco de oportunidad para las empresas españolas.

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

### Madera contrachapada (4412)

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los 10 principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2013, 2014, 2015 (Hasta Abril) y el total de importaciones desde el año 2009.

País proveedor	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	2015 TOTAL (USD)	TOTAL Valor FOB (US\$)
CHINA	1.086.066,83	1.088.538,22	1.944.218,92	7.095.079,64
CHILE	780.525,70	928.350,12	471.223,32	3.291.141,27
ECUADOR	400.101,40	50.762,45	180.508,05	900.317,09
BRASIL	245.991,28	133.424,67	0,00	389.471,65
FINLANDIA	128.715,33	248.783,80	0,00	377.499,13
MEXICO	44.952,00	132.327,00	165.035,00	356.572,48
URUGUAY	0,00	56.555,72	39.102,11	307.915,10
SINGAPUR	0,00	0,00	0,00	252.967,73
AUSTRIA	0,00	83.805,34	83.138,90	223.660,61
ESPAÑA	60.572,96	29.741,48	0,00	174.083,31
RESTO	114.854,04	41.911,88	80.657,74	418.832,75
<b>TOTAL</b>	<b>2.861.779,54</b>	<b>2.794.200,68</b>	<b>2.963.884,04</b>	<b>13.787.540,76</b>

Colombia posee 60 millones de hectáreas de área forestal, posicionándose como uno de los países más importantes del mundo en este sentido. A pesar de ello, la balanza comercial colombiana en madera, carbón vegetal y manufacturas de madera es deficitaria y principalmente satisfecha por importaciones.

Las principales empresas colombianas importadoras y distribuidoras de este producto son:

- Madecentro Colombia SAS
- Arauco Colombia SA
- Sodimac Colombia SA
- Masisa Colombia SA
- Cimca Colombia SAS

### Adoquines, bordillos y losas para pavimentos de piedra natural (6801)

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2013, 2014, 2015 (Hasta Abril) y el total de importaciones desde el año 2009.

País proveedor	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	2015 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
HONG KONG	0,00	19.595,95	0,00	19.595,95
CHINA	11.315,70	0,00	96,40	11.412,10
ESPAÑA	0,00	2.355,42	0,00	2.355,42
<b>TOTAL</b>	<b>11.315,70</b>	<b>21.951,37</b>	<b>96,40</b>	<b>33.363,47</b>

Sólo se identifican 3 países importadores a Colombia de este tipo de producto en las bases de datos, y entre ellos se encuentra España, con unas cifras muy discretas. Según estas cifras se puede constatar que el producto extranjero no es competitivo en el mercado colombiano, el cual

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

se autoabastece de con producto nacional. Ni siquiera ofrecer un producto económico es excesivamente rentable ya que las cifras de exportación de China y Hong Kong son prácticamente nulas para el tamaño del mercado colombiano.

Las principales empresas colombianas importadoras y distribuidoras de este producto son:

- Decorcerámica SAS.
- Decoraciones incorporadas SA.
- Construdesign SAS.

### Piedras de talla o de construcción (6802)

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2013, 2014, 2015 (Hasta Abril) y el total de importaciones desde el año 2009.

País proveedor	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	2015 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
BRASIL	940.725,12	990.088,54	540.089,98	4.521.938,15
CHINA	399.533,07	635.209,19	356.439,94	2.514.847,26
INDIA	272.816,87	435.911,63	587.391,22	1.868.184,36
EGIPTO	247.716,48	311.898,18	353.002,96	1.008.031,40
ESPAÑA	287.336,81	174.339,34	133.111,70	975.297,87
ITALIA	92.550,59	170.034,53	26.952,20	519.859,16
PANAMA	224.073,64	72.745,70	25.214,19	408.921,31
GRECIA	55.035,62	93.680,33	105.515,93	254.231,88
HONG KONG	91.831,32	21.355,33	21.614,99	211.313,05
ESTADOS UNIDOS	11.756,68	284,73	53.411,59	206.654,58
RESTO	170.938,07	368.470,82	235.918,94	1.061.240,37
<b>TOTAL</b>	<b>2.794.314,27</b>	<b>3.274.018,32</b>	<b>2.438.663,64</b>	<b>13.550.519,39</b>

Las importaciones están bastante diversificadas, no existe un líder claro que monopolice la exportación de este producto en Colombia, sin embargo es destacable el desempeño de países como Brasil o China. La proyección de las exportaciones españolas de esta partida arancelaria en Colombia es positiva. Si bien sufrió un descenso significativo en el año 2014, las proyecciones para el año 2015 son halagüeñas. Llama la atención la reducción en las exportaciones de países con gran tradición pétreo como Italia o Las principales empresas colombianas importadoras y distribuidoras de este producto son:

- Granitos y Mármoles SA.
- Marmisol SAS.
- Euromarmol Ltda.
- Mármoles y Materiales SAS.
- Artemarmol Colombia SAS.

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

El mercado de la piedra está fuertemente influenciado por el precio, los costes logísticos en Colombia son altos y la competencia proveniente de países como China, India y Brasil es muy fuerte debido a su gran competitividad en precio. Siendo preguntadas empresas colombianas del sector al respecto se ha constatado que, como para otros productos, ofrecer un valor añadido diferencial es fundamental para competir. Algunos de las características más valoradas por las empresas colombianas son ofrecer grosores tecnológicamente inaccesibles para la competencia, poseer cantera propia para reducir costes, ofrecer capacidad de suministro de mucho material del mismo color, tonalidad (mismo bloque) para grandes obras y no tener problemas de suministro a precios constantes.

### **Pizarra natural (6803)**

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2012, 2013, 2014 y el total de importaciones desde el año 2009.

País proveedor	2012 TOTAL (USD)	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
BRASIL	11.450,00	71.737,90	36.752,56	237.332,58
CHINA	10.345,86	15.855,37	26.154,40	156.197,11
PANAMA	25.091,38	0,00	0,00	35.777,59
INDIA	0,00	0,00	13.292,86	13.292,86
ITALIA	0,00	208,29	0,00	937,53
ESPAÑA	814,40	2,80	0,00	817,20
<b>TOTAL</b>	<b>47.701,64</b>	<b>87.804,36</b>	<b>76.199,82</b>	<b>444.354,87</b>

Sólo se identifican 6 países importadores a Colombia de este tipo de productos en las bases de datos, entre ellos se encuentra España. El mercado posee unas cifras de importaciones muy reducidas en comparación al tamaño del mercado colombiano por lo que se puede concluir que el país se autoabastece mediante producto nacional, por lo que la dificultad para la exportación de este producto será muy elevada.

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

### Ladrillos, placas, baldosas y piezas cerámicas (6902)

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los 10 principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2012, 2013, 2014 y el total de importaciones desde el año 2009.

País proveedor	2012 TOTAL (USD)	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
ALEMANIA	1.531.987,95	545.912,59	432.639,46	4.237.327,01
ESTADOS UNIDOS	484.835,47	106.169,82	19.231,84	1.279.886,07
BRASIL	184.988,02	193.950,09	386.074,60	1.107.458,85
MEXICO	0,00	32,09	314.913,70	643.637,83
CHINA	96.305,51	15.720,63	120.067,33	330.591,88
ITALIA	24.219,12	29.531,03	57.061,59	268.063,68
AUSTRIA	71.840,00	25.750,80	74.757,74	210.499,87
HUNGRIA	0,00	0,00	0,00	49.227,84
ESPAÑA	0,00	0,00	0,00	44.123,02
FRANCIA	0,00	19.114,88	12.479,01	31.593,89
RESTO	3.666,22	4.852,77	12.837,81	38.303,24
<b>TOTAL</b>	<b>2.397.842,29</b>	<b>941.034,70</b>	<b>1.430.063,08</b>	<b>8.240.713,18</b>

Las importaciones están bastante diversificadas, no existe un líder claro que monopolice la exportación de este producto en Colombia pero destacan países como Alemania o Estados Unidos aunque están viendo reducida su cuota de mercado, Brasil representa el caso contrario, está aumentando su cuota de mercado de forma progresiva. El desempeño de España para este producto es muy negativo, nunca tuvo una posición dominadora pero tenía actividad exportadora, en los últimos años se ha constatado que sus productos no son competitivos en el mercado colombiano como se muestra en la tabla.

Las principales empresas colombianas importadoras y distribuidoras de este producto son:

- Cementos Argos SA.
- Refractarios Magnesita Colombia SA.
- Cerro Matoso SA.
- Holcim Colombia SA
- Maersk Colombia SA

Se puede observar, que todos los países han tenido una tendencia alcista en sus exportaciones de estos productos hacia Colombia debido al buen ritmo de la construcción en este país, pero el caso de España es muy negativo, las empresas del sector se centraron en el mercado nacional durante los años de bonanza de la construcción en España y cuando quisieron ir a Colombia ya era demasiado tarde. Igualmente se ha constatado que Colombia se suele autoabastecer de productos cerámicos locales.

### Placas y baldosas de cerámica sin barnizar (6907)

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2013, 2014, 2015 (Hasta Abril) y el total de importaciones desde el año 2009.

País proveedor	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	2015 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
CHINA	2.283.763,80	2.453.390,19	2.381.386,19	9.699.317,26
HONG KONG	799.918,86	1.250.248,46	106.572,25	2.228.568,60
PANAMA	35.325,44	0,00	685.600,18	1.984.010,81
ESPAÑA	223.919,66	270.550,76	32.599,62	894.812,78
ITALIA	117.835,21	244.563,76	286.247,77	749.171,60
ECUADOR	23.026,89	4.496,25	0,00	102.104,60
EMIRATOS ARABES	0,00	21.902,40	0,00	84.572,97
PORTUGAL	0,00	599,99	58.579,41	59.179,40
ESTADOS UNIDOS	0,00	41.885,42	0,00	46.009,52
BRASIL	0,00	33.055,16	5.955,13	39.010,29
RESTO	12.230,19	10.467,00	741,63	51.905,13
<b>TOTAL</b>	<b>3.496.020,05</b>	<b>4.331.159,39</b>	<b>3.557.682,18</b>	<b>15.938.662,96</b>

Las importaciones están bastante diversificadas, aunque China se ha consolidado como un líder claro ya que acapara el 60% del mercado de las exportaciones de este producto en Colombia pero también destacan países como Hong Kong y Panamá. El desempeño de España para este producto es positivo, nunca tuvo una posición dominadora pero tiene una actividad exportadora importante, y está creciendo progresivamente en el mercado.

Las principales empresas colombianas importadoras y distribuidoras de este producto son:

- Decorcerámica SAS.
- Alfagres SA.
- Compañía Colombiana de Cerámica SA.
- Materiales EMO SAS
- Homepro Colombia SAS

Se puede observar, que todos los países han tenido una tendencia alcista en sus exportaciones de estos productos hacia Colombia debido al buen ritmo de la construcción en este país, como es el caso de España. Sin embargo, las cifras de exportaciones de placas y baldosas cerámicas para un mercado del tamaño y el grado de madurez de Colombia no es elevado, esto se debe a que Colombia se autoabastece de material local, al no ser éste un producto de alto valor añadido por normal general y en el que el precio es el factor decisorio fundamental. Aunque existe un nicho de mercado muy potente si se ofrece un producto con alto componente en diseño y calidad.



## Placas y baldosas de cerámica barnizadas (6908)

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2013, 2014, 2015 (Hasta Abril) y el total de importaciones desde el año 2009.

Pais proveedor	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	2015 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
CHINA	2.836.419,82	3.886.172,85	2.635.606,10	16.018.184,87
ZONA FRANCA LA CAYENA	4.066.249,28	1.474.387,58	14.127,83	9.390.453,67
HONG KONG	1.459.970,78	1.982.919,49	537.547,06	4.841.954,81
ESPAÑA	1.135.146,69	1.085.211,98	1.182.128,83	4.604.958,36
PERU	243.686,18	765.938,01	848.658,66	4.216.177,24
BRASIL	1.002.551,54	1.154.905,65	538.634,29	4.185.606,94
PANAMA	376.464,76	215.655,85	747.388,25	2.648.967,65
MEXICO	265.898,93	156.293,62	94.639,60	2.256.022,98
ZONA FRANCA BOGOTA	551.523,39	869.070,77	0,00	1.420.594,17
ITALIA	52.798,24	384.996,87	227.589,49	899.322,07
RESTO	145.322,45	270.454,10	107.736,13	1.271.949,95
<b>TOTAL</b>	12.136.032,06	12.246.006,77	6.934.056,24	51.754.192,71

Las importaciones están bastante diversificadas, aunque China se ha consolidado como el líder del mercado de exportación de este producto pero también destacan países como Hong Kong y España, que ocupa un lugar de privilegio, tiene una actividad exportadora importante, y está creciendo progresivamente en el mercado, a Abril de 2015 las cifras de exportación ya han superado las totales del año 2014 por lo que se espera un año muy positivo en esta partida arancelaria.

Las principales empresas colombianas importadoras y distribuidoras de este producto son:

- Alfacer del Caribe SA.
- Decorcerámica SAS
- Materiales EMO SAS
- Sodimac Colombia SA
- Alfagres SA

Se puede observar, que el mercado está en crecimiento, casi todos los países han tenido una tendencia alcista en sus exportaciones de estos productos hacia Colombia debido al buen ritmo de la construcción en este país, como es el caso de España. Las cifras de exportaciones de placas y baldosas cerámicas barnizadas son mejores que para el mismo tipo de producto sin barnizar por lo que se constata que este producto ofrece mayor valor añadido y por lo tanto un mayor requerimiento del cliente colombiano a comprar producto extranjero. Este producto ofrece buenas perspectivas.

### Alambres de hierro o acero (7213)

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los 10 principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2013, 2014, 2015 (Hasta Abril) y el total de importaciones desde el año 2009.

País proveedor	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	2015 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
MEXICO	5.682.996,00	8.218.778,34	4.751.949,77	21.220.790,45
URUGUAY	3.627.843,46	838.165,82	564.838,06	10.840.923,57
LUXEMBURGO	3.604.320,98	0,00	2.447.614,43	8.809.563,99
BRASIL	0,00	32.415,12	0,00	4.525.623,76
VENEZUELA	0,00	0,00	0,00	4.109.300,65
CHILE	0,00	1.433.781,50	0,00	1.433.781,50
SUIZA	0,00	0,00	0,00	1.075.212,75
REINO UNIDO	164.592,53	175.602,80	66.916,18	862.186,50
ESPAÑA	46.701,18	0,00	99.743,18	462.203,86
ECUADOR	0,00	134.308,31	0,00	134.308,31
RESTO	29.728,66	0,00	67.680,47	162.942,30
<b>TOTAL</b>	<b>13.156.182,81</b>	<b>10.833.051,89</b>	<b>7.998.742,09</b>	<b>53.636.837,64</b>

Las importaciones están bastante concentradas entre pocos países, existen varios dominadores que copan el mercado, entre México, Uruguay y Luxemburgo acaparan el 76% de las importaciones de este producto en Colombia desde el año 2009 aunque se ve un gran descenso de Uruguay en los últimos años. España tiene una posición discreta en el mercado, con exportaciones irregulares aunque se está recuperando en el año 2015 en detrimento de países como Venezuela, Brasil o Chile.

Las principales empresas colombianas importadoras de este producto son:

- Alambres y Mallas Almansa SA
- Ferrasa SAS
- Producto de Alambres Colombianos Proalco SAS
- G y J Ferreterías SAS
- Sociedad CFC SA

### Tubos y perfiles huecos de fundición (7303)

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los 10 principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2012, 2013, 2014 y el total de importaciones desde el año 2009.

País Origen	2012 TOTAL (USD)	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
CHINA	20.250,96	660.692,57	95.081,05	827.325,01
ITALIA	16.452,31	101.087,97	100.026,74	297.704,16
ESTADOS UNIDOS	11.346,63	47.442,73	5.688,73	91.317,20
ALEMANIA	72.458,19	914,17	2.483,00	77.045,71
ESPAÑA	0,00	149,78	14.088,68	14.238,46
JAPON	476,40	6.506,31	5.220,00	12.278,53
COREA SUR REPUBLICA DE	0,00	4.027,25	0,00	4.039,66
SUECIA	60,70	1.299,04	0,00	2.439,41
PAISES BAJOS - HOLANDA	1.818,27	0,00	0,00	1.962,95
CANADA	0,00	797,22	0,00	1.720,84
OTROS	4,42	298,45	1.121,01	1.668,20
<b>TOTAL</b>	<b>122.867,88</b>	<b>823.215,49</b>	<b>223.709,21</b>	<b>1.331.740,13</b>

Las importaciones están bastante concentradas en pocos países, China e Italia acaparan el 85% de las exportaciones de este producto en Colombia, aunque se ve reflejada una tendencia hacia la diversificación del mercado. El mercado de exportación de este producto es muy limitado, vivió un repunte en año 2013, debido al auge del sector de la construcción pero las previsiones no son positivas. Colombia se autoabastece de este producto y no requiere de importarlo. El desempeño de España para este producto es progresivo, sus ventas crecen pero su cuota de mercado continúa siendo muy limitada.

Las principales empresas colombianas importadoras y distribuidoras de este producto son:

- PAM Colombia SA.
- Imocom SA.
- Moshe Groum Ltda.
- Eléctricos e iluminación SAS.
- Construmil Ltda.

### Construcciones y sus partes (7308)

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los 10 principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2013,2014, 2015 (Hasta Abril) y el total de importaciones desde el año 2009.

País proveedor	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	2015 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
ESTADOS UNIDOS	2.529.244,77	839.038,27	688.121,82	9.841.187,24
CHINA	4.611.190,74	1.064.381,01	1.356.487,66	9.271.209,23
ESPAÑA	1.461.834,09	1.202.353,43	4.044.451,35	7.996.807,78
BERMUDA	1.788,11	0,00	0,00	2.738.016,89
ALEMANIA	970.735,90	440.383,24	19.998,15	1.536.355,68
ITALIA	884.299,75	179.915,30	199.225,42	1.366.543,07
BRASIL	12.348,32	22.045,41	44.226,30	1.061.185,59
MEXICO	129.371,15	147.511,99	11.300,73	992.902,47
CHILE	235.698,43	201.926,09	191.041,35	991.635,46
PORTUGAL	807.917,74	13,69	0,00	807.931,43
RESTO	469.975,78	600.052,84	996.210,03	4.071.129,10
<b>TOTAL</b>	<b>12.114.404,78</b>	<b>4.697.621,27</b>	<b>7.551.062,81</b>	<b>40.674.903,94</b>

Las importaciones están muy diversificadas, no existe un líder claro que monopolice la exportación de este producto en Colombia pero destacan Estados Unidos, China y España. Es muy destacable el gran desempeño que están teniendo las empresas españolas en la exportación de este producto en el año 2015, su crecimiento ha sido espectacular y las previsiones lo convierten en líder indiscutible de exportaciones para el final de este año, restando mucha cuota de mercado a países como Estados Unidos y Alemania. Sin duda esta partida arancelaria representa una gran oportunidad para las empresas españolas, estos productos requieren de una gran calidad y valor añadido que las empresas locales no pueden obtener por lo que España posee un gran recorrido en el futuro para este tipo de producto.

Las principales empresas e instituciones colombianas importadoras de este producto son:

- Ejército Nacional.
- Interconexión Eléctrica SA.
- Sociedad Portuaria Pueblo Nuevo
- Constructora Conconcreto SA.
- Invias

### Manufacturas de hierro y acero (7326)

Esta partida resulta muy amplia, incluye los puentes y sus partes, compuertas, esclusas, torres, castilletes, pilares, columnas, armazones para techumbre e incluso puertas, ventas y sus respectivos marcos. En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los 10 principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2013, 2014, 2015 (Hasta Abril) y el total de importaciones desde el año 2009.

País proveedor	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	2015 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
ESTADOS UNIDOS	2.801.863,28	2.827.808,92	2.513.907,89	14.686.163,90
CHINA	593.729,34	1.286.102,19	801.917,26	4.585.156,59
CANADA	113.243,05	121.758,50	158.114,85	1.633.868,12
TAIWAN FORMOSA	112.926,66	191.334,11	478.204,11	1.478.605,16
BELGICA	100.233,33	252.743,92	356.523,79	1.426.093,33
BRASIL	120.298,25	641.536,32	102.186,84	1.418.435,03
ALEMANIA	218.371,20	159.181,91	83.957,15	1.414.299,08
ESPAÑA	303.956,39	392.950,48	271.524,05	1.318.321,19
CHILE	257.416,38	52.811,44	96.436,14	1.238.114,35
EMIRATOS ARABES	247.272,93	95.935,37	103.701,10	1.190.574,63
LOS DEMAS	1.858.991,45	2.211.337,58	1.705.223,20	9.770.753,31
<b>TOTAL</b>	<b>6.728.302,26</b>	<b>8.233.500,74</b>	<b>6.671.696,38</b>	<b>40.160.384,69</b>

Las importaciones están bastante diversificadas, existen muchos países con tasas parecidas de exportaciones pero existen dos líderes claros: Estados Unidos y China, éstos acaparan el 48% de las exportaciones de este producto en Colombia, aunque se ve reflejada una tendencia hacia la diversificación del mercado. El mercado de exportación de este producto es muy extenso y tiene una gran perspectiva de crecimiento, a Abril del 2015 las cuotas de exportación de la mayoría de los países están cercanas a la total del año 2014 por lo que se prevé que se superen las cifras para el año 2015.

El desempeño de las empresas españolas para esta partida arancelaria es positivo, sus ventas están creciendo de una forma progresiva en los últimos, de una forma lenta pero constante, mientras que otros competidores como Alemania o Brasil que, en la actualidad, poseen cuotas mayores están viendo reducidas sus ventas de forma progresiva. Es previsible que se vean superadas por España en los próximos años.

Las principales empresas colombianas importadoras y distribuidoras de este producto son:

- Carbones del Cerrejón Limited.
- Halliburton Latin America SA.
- Productores de Alambres Colombianos Proalco.
- Schulumberger Surencó SA.
- Cerro Matoso SA.

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

### Herrajes metálicos (8302)

Esta partida es muy amplia, incluye guarniciones, herrajes y artículos similares (de metal común) para muebles (puertas, escaleras, ventanas, persianas, carrocerías, artículos de guarnicionería, baúles, arcas, cofres y demás manufacturas.

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los 10 principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2013, 2014, 2015 (Hasta Abril) y el total de importaciones desde el año 2009.

País proveedor	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	2015 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
CHINA	2.573.061,74	2.092.781,36	3.019.546,25	11.039.290,48
HONG KONG	620.979,89	887.763,19	1.596.079,42	3.905.932,78
ESTADOS UNIDOS	740.746,54	678.454,70	811.388,83	3.317.575,36
TAIWAN FORMOSA	209.428,69	397.244,73	455.051,96	1.873.482,07
CHILE	308.396,72	250.925,60	476.142,90	1.799.050,51
ESPAÑA	231.300,98	386.114,22	397.554,87	1.148.752,46
ALEMANIA	258.870,11	159.717,86	279.099,06	1.137.977,04
ITALIA	220.388,52	248.328,77	194.029,13	1.073.507,73
PANAMA	136.611,61	124.440,37	48.507,30	592.172,72
FRANCIA	64.671,26	36.073,47	17.278,55	281.797,41
RESTO	369.443,70	367.512,45	509.976,90	1.999.770,96
<b>TOTAL</b>	<b>5.733.899,76</b>	<b>5.629.356,72</b>	<b>7.804.655,17</b>	<b>28.169.309,52</b>

Las importaciones están bastante diversificadas, pero existe un líder absoluto del sector que es China, el cual concentra más del 40% de las exportaciones de estos productos desde el año 2009. España posee una posición muy consolidada en el mercado, aumentando sus exportaciones de forma constante y progresiva. Los datos a Abril del 2015 muestran valores superiores al año 2014 por lo que existen buenas perspectivas para esta partida arancelaria en el futuro.

Las principales empresas colombianas importadoras y distribuidoras de este producto son:

- Madecentro Colombia SAS
- CI Energía Solar SA E Windows
- Industrias Haceb SA
- Districondor SA
- Flexor Estructuras y Herrajes SA

### Artículos sanitarios (grifería, cisternas, válvulas, etc.) (8481)

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los 10 principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2012, 2013, 2014 y el total de importaciones desde el año 2009.

País proveedor	2012 TOTAL (USD)	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
ESTADOS UNIDOS	10.640.520,33	13.155.154,17	8.756.865,11	57.522.121,96
CHINA	2.507.854,15	3.227.970,66	3.475.594,89	15.863.709,11
ZONA FRANCA BOGOTA	1.154.253,58	1.588.125,45	2.241.715,14	8.235.331,33
ITALIA	775.521,29	1.999.222,08	919.476,71	5.870.644,63
MEXICO	830.909,95	1.718.920,19	1.138.082,07	5.662.230,56
ZONA FRANCA CARTAGENA	1.822.374,94	1.073.367,67	688.373,05	4.770.787,50
ALEMANIA	590.797,34	954.464,42	1.042.116,66	4.323.041,84
PANAMA	561.200,69	481.311,41	838.588,62	3.568.512,47
ESPAÑA	234.195,66	847.053,80	927.186,48	3.501.717,70
ARGENTINA	269.293,21	1.074.040,75	512.385,18	2.937.292,07
<b>TOTAL</b>	<b>24.713.121,22</b>	<b>31.352.383,99</b>	<b>25.560.103,60</b>	<b>140.297.528,76</b>

Las importaciones están bastante diversificadas, pero existe un líder absoluto del sector que es Estados Unidos, el cual concentra más del 50% de las exportaciones de estos productos desde el año 2009. España posee una posición bastante consolidada en el mercado, aumentando sus exportaciones de forma constante y progresiva.

Las principales empresas colombianas importadoras de este producto son:

- Fepco SAS
- Casa de la Válvula SAS
- Compañía Colombiana de Cerámica
- Equion Energía Limited
- Tuberías y Válvulas de Colombia SA

### Lámparas y elementos de iluminación (8539)

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los 11 principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2013, 2014, 2015 (Hasta Abril) y el total de importaciones desde el año 2009.

País proveedor	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	2015 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
CHINA	1.349.602,93	1.816.821,58	2.359.138,86	10.314.136,41
PANAMA	1.654.035,04	1.412.604,58	1.645.397,92	6.487.975,15
ESTADOS UNIDOS	1.263.541,10	1.084.520,38	877.668,82	5.471.441,95
HONG KONG	1.161.189,11	1.203.023,61	1.022.005,90	4.601.992,69
ALEMANIA	454.839,99	898.861,86	211.009,01	3.298.929,02
HOLANDA	253.492,09	40.229,60	11.271,21	1.004.638,07
INDIA	500.560,27	50.504,05	28.916,88	765.209,54
SUIZA	99.023,43	83.971,96	92.426,62	622.021,09
MEXICO	172.126,28	10.194,63	11.501,75	509.568,57
TAIWAN FORMOSA	61.280,81	21.886,69	20.710,13	364.157,46
BRASIL	80.809,16	8.128,83	1.411,99	318.589,79
ESPAÑA	56.027,55	36.503,85	52.738,60	253.348,17
RESTO	275.004,21	339.240,16	206.103,77	1.922.852,22
<b>TOTAL</b>	<b>7.381.531,97</b>	<b>7.006.491,78</b>	<b>6.540.301,46</b>	<b>35.934.860,13</b>

Las importaciones están bastante diversificadas, pero existen varios países que lideran un mercado polarizado: Países que basan sus exportaciones en productos que cuyo precio es el factor determinante como son China, Panamá o Hong Kong y aquellos países que basan su valor diferencial en la tecnología y la calidad como es el caso de Estados Unidos, Alemania u Holanda. La tabla anterior muestra que, el factor decisivo determinante para las empresas colombianas a la hora de importar este tipo de productos es el precio.

España posee una posición discreta en el mercado, aunque se auguran buenas perspectivas ya que los datos a Abril del 2015 muestran valores superiores al año 2014. Es recomendable competir en valor añadido y en producto puntero en tecnología y eficiencia energética.

Las principales empresas colombianas importadoras y distribuidoras de este producto son:

- Philips Colombiana SA
- Havells Sylvania Colombia SA
- Sodimac Colombia SA
- Osram de Colombia Iluminaciones SA
- Grupo Bajo SA



### Construcciones prefabricadas (9406)

En la siguiente tabla se detalla la evolución de las importaciones de los 11 principales socios comerciales de Colombia para este producto para los años 2013, 2014, 2015 (Hasta Abril) y el total de importaciones desde el año 2009.

País proveedor	2013 TOTAL (USD)	2014 TOTAL (USD)	2015 TOTAL (USD)	Desde 2009 TOTAL (USD)
ESTADOS UNIDOS	258.737,03	166.533,38	468.103,68	2.224.419,12
ITALIA	407.116,56	709.079,30	288.744,75	1.695.776,95
CANADA	37.782,36	53.075,00	450.809,37	731.977,40
CHINA	83.087,02	120.017,68	38.818,00	584.376,87
ESPAÑA	162.952,55	169.980,79	31.352,86	445.652,63
HONG KONG	8.066,45	0,00	0,00	347.906,45
PERU	0,00	0,00	0,00	312.000,00
CHILE	120.063,30	38.918,00	0,00	188.950,30
PANAMA	185,39	0,00	0,00	177.653,69
VENEZUELA	106.962,35	0,00	0,00	106.962,35
RESTO	147.018,68	18.982,03	23.862,02	242.052,81
<b>TOTAL</b>	<b>1.331.971,69</b>	<b>1.276.586,18</b>	<b>1.301.690,68</b>	<b>7.057.728,57</b>

El sector del mueble es uno de los más dinámicos y que están registrando un mayor crecimiento en Colombia, aproximadamente de un 1,5% anual. Las ventas reales de muebles registraron un aumento del 18,3% en el periodo comprendido entre Enero y Abril del 2015 respecto del año anterior. En cuanto a las ventas al por menor, es decir los muebles que compró el consumidor final, tuvieron un alza del 21%.

Para los empresarios del sector, este buen comportamiento se debe a dos factores. Por un lado, la mayor construcción de vivienda en los estratos 3 al 6 y, por otro, la sobreoferta de oficinas que hay en Bogotá.

Las ventas de mueble español en Colombia están creciendo al mismo tiempo que lo hace el consumo de productos de calidad media-alta. Prueba de ello es que grandes multinacionales del mueble como la portuguesa Plenty o la chilena Sodimac Homecenter están abriendo grandes superficies para la venta de este tipo de productos.

Analizando las cifras de exportaciones de España, se aprecia un crecimiento sostenido de las exportaciones de mueble a Colombia.

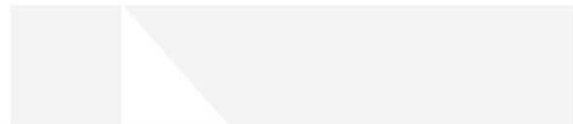
Las principales empresas colombianas importadoras y distribuidoras de este producto son:

- Sodimac Colombia SA
- Muebles Jamar SA
- Carvajal Espacios SAS
- Falabella de Colombia SA
- Tugo SAS

## 4. COMPETIDORES

Debido a la gran cantidad de productos analizados en este estudio de mercado es complicado realizar un análisis pormenorizado de los principales competidores en cada uno de estos productos, por lo que se van a nombrar a los principales del sector de los materiales de construcción en Colombia.

Como se ha analizado en el apartado anterior de importaciones, los principales competidores de materiales de construcción son, por una parte, los productos europeos o estadounidenses, que tiene una calidad y un precio alto pero tienen marcas reconocidas, y, por otra parte los productos asiáticos, fundamentalmente chinos, que ofrecen un producto de menor calidad pero muy competitivo en precio debido al menor coste de producción y transporte. Como se ha visto en el anterior apartado también es relevante, en algunos productos, la competencia proveniente de países vecinos de Sudamérica como Brasil o Ecuador.



## 4. DEMANDA

Pese al impacto de la crisis económica internacional, y el descenso del precio del petróleo que ha provocado una caída de las perspectivas presupuestarias para el año 2015 el sector de la construcción se mantiene con una tasa de crecimiento moderada y un cierto ritmo inversor destinado a los productos de materiales de la construcción. Aunque se trata de un sector maduro, con una demanda muy sensible a la variable precio, existen subsectores en los que es posible exportar desde España con éxito.

Las importaciones se centran en los materiales de mayor valor añadido mientras que la producción local abastece el mercado local de los materiales con mayor demanda y menor valor añadido.

En relación a obra pública la financiación para grandes obras dotacionales es el mayor problema para el gobierno colombiano, en gran parte por los problemas presupuestarios debidos a la baja del precio del petróleo y la baja recaudación vía impuestos. Las obras públicas en Colombia son financiadas, en buena medida, a través de concesiones o Asociaciones Público Privadas (APP), también por préstamos internacionales en condiciones de cooperación, que suelen provenir de instituciones como el Banco Interamericano de Desarrollo, el Banco Mundial o bien a través de acuerdos bilaterales.

No se trata de un sector fácil, puesto que la competencia es feroz. Si bien los proyectos estatales son muchos, los que se llevan a cabo año tras año no son tan numerosos, y a ellos optan muchas empresas extranjeras como europeas, estadounidenses, mexicanas o brasileñas, por su cercanía geográfica en algunos casos o su experiencia y capacidad técnica en otros. Al final, el principal favorecido es el estado, que consigue unos precios muy competitivos.

En cuanto a la desagregación dentro del sector de la construcción se puede constatar el aumento paulatino del sector edificatorio respecto del de infraestructuras. En el año 2014 la edificación supuso un 52%<sup>1</sup> del sector frente al 48% que representaron las infraestructuras mientras que en el año 2000 la edificación sólo supuso un 42% del sector de la construcción.

<sup>1</sup> Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE.

## 1. EDIFICACIÓN

El sector de edificación se incrementó 11,4% en 2013 y se moderó a una tasa de 7,8% anual en los primeros tres trimestres del año 2014. La desaceleración se sustentó por una mayor participación de la vivienda de interés social (VIS), la cual tiene menor valor agregado por la ausencia parcial de acabados y mampostería de valor añadido (precisamente donde las empresas españolas tienen mayor probabilidad de éxito comercial), pero no por un descenso en la actividad general del sector. De hecho, el nivel de empleo (que también incluye obras civiles) creció en 38,6 mil empleados entre septiembre de 2013 y septiembre de 2014 y la oferta acumulada de unidades construidas o en construcción pasó de 80,9 mil unidades en diciembre de 2013 a 90,0 mil en diciembre de 2014, lo que supuso un crecimiento de 11,3% anual, rompiendo su tendencia decreciente observada en la mayor parte de 2013.

### 1.1 VIVIENDA

La cantidad de vivienda está dividida en un 30% en vivienda de interés social (VIS) y en un 70% en vivienda de mayor valor en las ocho principales ciudades del país (Bogotá y aledaños, Medellín, Cali, Bucaramanga, Barranquilla, Cartagena, Santa Marta y Villavicencio). La proporción de la vivienda VIS es significativamente mayor en Barranquilla (52%) y Cali (51%) y menor en Bucaramanga (8%), Cartagena (12%), Villavicencio (16%), Medellín (22%) y Santa Marta (26%). En Bogotá es similar al promedio nacional (32%). A nivel de las ocho mayores ciudades, la oferta VIS aumentó su participación en el total ya que en el año 2013 el nivel era del 28%, principalmente por la mayor contribución de Barranquilla, Santa Marta y Cali. Por otra parte, según el reporte de licencias de construcción, las destinadas a VIS crecieron 53,3% en 2013, mientras que las dirigidas a vivienda de mayor valor crecían a una tasa de solamente 0,15%. En total, crecieron 14,3%. En 2014 el comportamiento cambió lentamente ya que hasta diciembre, las licencias VIS cayeron 17,9% anual y las licencias no VIS crecieron 12,3% anual, mientras que las totales cayeron 0,7% anual. Por tanto, el repunte en la vivienda de mayor valor no fue suficiente para compensar la caída en la VIS, si bien anticiparía un cambio de tendencia próximo en la oferta de vivienda de alto valor.

En total, el Gobierno planea una inversión de 2.800 millones de euros entre 2015 y 2018 e impulsará la edificación de cerca de 400 mil viviendas a través de todos sus programas de vivienda social.

La desagregación de tipología de vivienda disponible por estratos está concentrada en la vivienda de clase media. El 76% se circunscribe a los estratos 2 (22,2%), 3 (26,2%) y 4 (27,8%). El porcentaje restante viene a ser de 3,3% en el estrato 1, 12,3% en el estrato 5 y 8,1% en el estrato 6 (siendo el estrato 1 el de menor valor y 6 el de mayor capacidad adquisitiva). La menor participación del estrato 1 en el total se explica por la existencia de una demanda permanente y subsidiada.

Los inventarios sin vender del sector de la construcción de vivienda son muy pequeños. Todos los municipios del país promocionan un modelo de negocio de venta previa a la construcción. El promedio nacional de vivienda sin vender es menor al 6%, con casos como los de Cali, Bucaramanga o Barranquilla en las que dicho promedio es menor al 1%.

También es destacable que se ha dado una modificación en los hábitos de demanda de la construcción hacia proyectos de más unidades, pero más pequeñas en superficie. Así, mientras que

los proyectos en oferta crecieron sólo 4,8% durante 2014, las unidades en oferta aumentaron en 15,1% y los metros cuadrados en oferta lo hicieron en 9,3%. Esta tendencia muy evidente en Bogotá y municipios cercanos, Bucaramanga, Santa Marta y Barranquilla. Sólo difiere Villavicencio, donde el número de proyectos crece más que las unidades.

Según Camacol, las ventas de vivienda crecieron 11% anual en 2014, fundamentalmente del segmento de menor valor. Las ventas de viviendas VIS aumentaron 26,8% anual y las pertenecientes al segmento no VIS cayeron 3,5% anual. Por regiones, algunas ciudades intermedias (Caribe, Cúcuta, municipios Cundinamarca, Neiva, Pereira e Ibagué) y Cali llevaron el liderazgo. Al contrario, algunas ciudades con una fuerte dinámica en el pasado tuvieron desaceleraciones (Medellín, Cartagena, Tunja, Manizales, Pasto y Bucaramanga). No obstante, en Cartagena, el resto de la región Caribe y en Neiva están creciendo los proyectos de alto valor y la caída se explica por la menor dinámica de la vivienda social, mientras que Bogotá, Cali y Pereira se destacan en VIS.

Se percibe un incremento de las ventas de viviendas en zonas aledañas a grandes ciudades colombianas, como es el caso de Bogotá que compensa la menor oferta de suelo de la capital. Así, de las ventas totales hechas en Bogotá y zonas cercanas, ahora la capital sólo participa con el 50%, cuando en 2003 lo hacía con más de 90% de las unidades vendidas y en 2010 conservaba más del 80% del mercado nuevo. Sin embargo, esto no es exclusivo de Bogotá. También en otras regiones se está dando un fenómeno similar, aunque menos profundo. En Cali, la expansión hacia Dapa, en Bucaramanga, hacia Floridablanca y Girón, y en Medellín hacia el sur de la ciudad (Envigado, Sabaneta) son ejemplos de esto.

En referencia a la vivienda usada, destacar que la tendencia determinó una intensificación del mercado de alquiler sobre el mercado de venta de vivienda usada. Asimismo, esto viene posibilitando la entrada de personas de ingresos medios a zonas residenciales destinadas a público de ingresos altos, dado el menor valor del alquiler. Como consecuencia, los tiempos de rotación de la vivienda usada se volvieron más cortos en los estratos medios y altos, sobre todo en lo que respecta a los períodos de venta.

En conclusión, todos los indicadores coinciden en darle a la vivienda de interés social una perspectiva favorable, mientras que se anticipa una transición alcista en las viviendas de alto valor y en las edificaciones no residenciales durante 2015 aunque podrán existir altibajos debido a la contracción del crecimiento del PIB debido a los menores ingresos del petróleo aunque la construcción implicaría un aumento del empleo.

### 1.2 LOCALES COMERCIALES

En referencia a la construcción no residencial, la oferta de locales comerciales (construidos y en construcción), que tuvo un aumento significativo durante 2013 y el primer trimestre de 2014, tuvo una desaceleración importante desde entonces, lo cual podría resultar positivo. Los niveles de rotación habían aumentado notablemente y la oferta se tenía que ajustar a la demanda menos dinámica. Actualmente, con el promedio de ventas de 2014, la oferta comercial se vendería en 20 meses, un número que parece compatibilizarse con los tiempos en construcción de las estructuras comerciales y que corrigió con respecto a la rotación de 30 meses que se observó en abril de 2014. Sin embargo, al mercado de construcción no residencial aún le falta por profundizar las políticas de preventa que tanto éxito han tenido en el caso de la vivienda.

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

En Colombia se han triplicado los centros comerciales en los últimos diez años pasando de 60 en 2003 a 183 en 2013.

Los centros comerciales son una parte fundamental de la evolución en las ciudades de Colombia. Son hoy un aspecto importante en el desarrollo de la vida de los ciudadanos y esa realidad se extiende a todo el ámbito urbano. Los colombianos compran cada día más en los centros comerciales, que ya no se circunscriben a las grandes capitales, sino que han adaptado su formato para ajustarse a las necesidades y requerimientos de diferentes ciudades, llegando con gran éxito a lo largo y ancho de Colombia.

Los centros comerciales son uno de los grandes beneficiados por la inversión extranjera directa. Se calcula que los colombianos realizan el 27% de todas sus compras al detalle en centros comerciales. En el 2014 se estimó que el crecimiento de centros comerciales fuera de 22% en los próximos 3 años. Acecolombia, el gremio que reúne al sector con casi 100 afiliados, tiene en sus cuentas que para el 2014 habían estructurados 47 proyectos. Igualmente, se contabilizan 27 planes de ampliación o remodelación de proyectos ya existentes. Las inversiones programadas son del orden de los 2.500 millones de dólares, teniendo en cuenta que los diseños en este tipo de construcciones van evolucionando. La idea es ofrecer a los visitantes innovación en servicios, arquitectura y comodidad.

Con este crecimiento, no cabe duda que la demanda de este tipo de superficies va a seguir creciendo ya que existen amplias necesidades al respecto. Ejemplo de ellos es que Colombia posee 8 metros cuadrados de centros comerciales por cada 100 habitantes, en Estados Unidos por ejemplo ese indicador está en 194 metros cuadrados.

### 1.3 OFICINAS

El comportamiento del mercado inmobiliario de oficinas en 2014 fue positivo y se consolida como uno de los pilares de demanda del sector de materiales de construcción y objetos de decoración en Colombia. Obviamente es un mercado centralizado en grandes ciudades, Bogotá cuenta con un 75% del inventario nacional y una oferta de 1,72 millones de metros cuadrados a Mayo de 2014, sin duda, es el núcleo fundamental de negocio de esta tipología edificatoria y con un crecimiento anual del 8% seguirá siéndolo durante los próximos años aunque Medellín posee 0,53 millones de metros cuadrados, y más lejos se ubican Cali (0,16) y Barranquilla (0,08) y un crecimiento del 18% anual. Sin embargo, la penetración por cada 100 habitantes aún está lejos de las comparaciones regionales, principalmente de las ciudades pequeñas con alta actividad comercial como San José (Costa Rica) y San Juan (Puerto Rico). Sin duda esta tipología edificatoria posee una gran demanda y una gran oportunidad para las empresas españolas.

La tendencia del sector se basa en la adquisición o construcción por parte de los fondos de inversión de edificios completos para ser alquilados, las empresas demandan oficinas en alquiler y así no comprar los inmuebles, para no contar con un activo no operativo.

### 1.4 HOTELES

El sector hotelero es una industria de gran crecimiento que se está consolidando en el país a gran velocidad, aportó 4,3% del PIB en 2014 y seguirá creciendo debido a la mejora de las infraestructuras y el incremento de turistas que fue de 8,4% respecto a 2013.

Entre los beneficios del gobierno para la inversión en este sector, se destaca la exención del impuesto a la renta por un período de 30 años, la cual entra en vigencia a partir del inicio de la operación para servicios hoteleros prestados en nuevos proyectos, pero también para los que se remodelen y/o amplíen desde el año 2003 hasta diciembre de 2017. Lo que ha impulsado la construcción de nuevos hoteles atrayendo grandes cadenas de renombre a nivel mundial. Durante la vigencia de la Ley 788 de 2002 que dio lugar a este incentivo se han creado y remodelado 55.913 habitaciones (con una inversión de 1.200 millones de euros)

Según datos de Cotelco serán 46 hoteles los que se inaugurarán entre 2015 y 2016, las zonas que más tendrán construcciones son Cartagena con 17, Bogotá con nueve y Barranquilla con la misma cantidad. Además se informó que en los últimos cuatro años, van 23.873 habitaciones nuevas, siendo 2014 el año que más recaudó en inversiones. ). Según las estimaciones de Cotelco, Cartagena (3.273 habitaciones), Bogotá (1.238), Barranquilla (1.025) y Medellín (700) tendrán los mayores aumentos en número de habitaciones durante 2015 y 2016. En total, se espera un aumento de 6.667 habitaciones en estos dos años en todo el país. Sin embargo, la cercanía del tiempo límite de los beneficios podría desacelerar las inversiones desde finales de 2016, dado que la planeación de los proyectos requiere más de un año. Además, el negocio hotelero suele ser de oleadas. Es decir, sale a oferta una cantidad de habitaciones muy superior a la demanda, luego se mantiene estable y, una vez es absorbida por el mercado, iniciará un nuevo ciclo de construcción que genera otra vez una sobreoferta.

Colombia, actualmente es sede de cadenas tan prestigiosas como Hilton, IHG, Marriot, Accor, Hyatt, Nh Hotels, Pestana, Sonesta, Starwood, Radisson, entre otras, que desarrollan inversiones en las ciudades principales y también adelantan planes para llegar a poblaciones intermedias en diversos departamentos.

### 1.5 RESTAURANTES

Colombia se prepara para recibir gran cantidad de nuevas franquicias en el 2015. El dinamismo de los negocios a través del modelo de franquicias está teniendo un crecimiento imparable. El desempeño del sector de las franquicias en 2014 estuvo por encima del 10% y para 2015 la expectativa es que baje un poco, pero que sea superior al crecimiento del PIB. Se espera que se amplíe la oferta y crezca a un 8%, siempre y cuando la economía siga creciendo por encima del 4%.

Las perspectivas también son positivas debido a que hay segmentos de mercado en los que todavía están por incursionar nuevos conceptos que no tienen competencia entonces hay espacio para la llegada de nuevos negocios.

Además la construcción residencial, de hoteles y centros comerciales también está impulsando la apertura de nuevos establecimientos de restauración en el país, ya sea por expansión de cadenas existentes o nuevas.

## 2. DOTACIONES

### 2.1 HOSPITALES

En el informe de competitividad 2014-2015 del Foro Económico Mundial, Colombia ocupa el puesto 105 entre 144 países evaluados en el sector salud, a pesar de que –como lo anunció el Gobierno en Agosto del año 2014- la cobertura universal de aseguramiento supera el 95% en el país. La capacidad instalada en infraestructura de los hospitales y clínicas del país es deficiente, según la CIA en Colombia hay 1,5 camas por cada 1.000 habitantes y existe una gran demanda que pretende ser cubierta en los próximos años, aprovechando el crecimiento económico del país.

Según el Sistema de Información Hospitalaria (SIHO) del Ministerio de Salud y Protección Social, la oferta de establecimientos de salud en el contexto nacional corresponde mayoritariamente al sector privado con el 92%, equivalente a cerca de 11.029 instituciones, mientras que el 8% restante es responsabilidad del sector público. La mayoría de los hospitales públicos suelen situarse en zonas rurales donde la cobertura sanitaria no resulta rentable

Luís Fernando Mejía, Subdirector del Departamento Nacional de Planeación (DNP) anunció que el gobierno nacional invertirá en 2015 un presupuesto de 40 millones de euros para adelantar un proyecto de fortalecimiento de la capacidad instalada y que estará a cargo del Ministerio de Salud y Protección Social.

### 2.2 PRISIONES

Colombia es uno de los países del mundo donde más se demandan las instalaciones carcelarias debido a la alta tasa de criminalidad. Según el Global Homicide Book 2014 de las Naciones Unidas, con una tasa de 30,8 homicidios por cada 100.000 habitantes es el segundo país de Suramérica donde más gente pierde la vida de forma intencional después de Venezuela.

De este modo el presupuesto en esta área ha aumentado un 20% en los últimos 3 años. Frente a este entorno, el Gobierno a través de la Unidad de Servicios Penitenciarios y Carcelarios (Uspec) prevé una inversión cercana a 315 millones de euros para ampliar y construir modernos establecimiento en Colombia y que permitirá crear 21.348 nuevas plazas carcelarias.<sup>2</sup>

El Uspec desarrolla la ampliación de cinco establecimientos en el país, ubicados en Buga, Tulúa, Espinal, Tierralta y Guaduas. Los tres primeros tienen una inversión destinada de 72 millones de euros, los dos últimos tienen una inversión asignada de 25 millones de euros.

Según María del Pilar Bahamón, Directora de la Uspec, en una segunda fase a realizar en los próximos cuatro años se prevé la construcción de seis establecimientos con un presupuesto asignado de 145 millones de euros. Estarán ubicados en Girón, Ibagué, Ipiales, Cóbbita, San Gil y Palmira. Adicionalmente se tiene previsto construir tres nuevos establecimientos ubicados en Riohacha, Pereira y San Ángel con un presupuesto de 210 millones de euros en construcción y dotación.

<sup>2</sup> Infraestructura. Revista Dinero (Noviembre de 2014)



### 2.3 UNIVERSIDADES Y COLEGIOS

La demanda de instituciones educativas en Colombia es muy palpable tal y como muestra el último informe PISA publicado en 2014 en el que sitúa al país en el último lugar y ninguna universidad clasificada entre las 20 primeras del ranking latinoamericano. Frente este panorama, el presidente Juan Manuel Santos, en la campaña para su segundo mandato, planteó como objetivo prioritario que Colombia se convierta en 2025 en el país más educado de América Latina.

Uno de los requisitos para cumplir los objetivos del presidente de Colombia es ampliar la capacidad instalada para dar respuesta al aumento de los estudiantes y les facilite espacios para la formación desde la educación básica hasta la superior ya que cada vez más personas acceden a la formación en el país.

El Sistema Nacional de Educación Superior (SNIES) reseña que en 2013 el país tenía 9.146.059 metros cuadrados construidos para atender a 2.109.224 estudiantes en 347 Instituciones de Educación Superior (IES).

La Educación cuenta para 2015 con la mayor partida de gastos sólo por detrás de lo destinado al servicio de la deuda pública, que se lleva un monto de 47 billones de pesos (23.524 millones de dólares), con un incremento del 11,9% y un peso en el PIB del 5,7 %. El presupuesto en Educación en el país superará en 2015 por primera vez en décadas al de Defensa, un "hito histórico" que responde al nuevo enfoque social del Gobierno.

## 5. PRECIOS

Debido a que en este estudio de mercado se analizan gran cantidad de productos muy diferenciados tanto en materiales de construcción como de equipamiento, no se puede dar un desglose de los precios de mercado de cada uno de éstos, por lo que se hace una valoración en conjunto de los precios de estos productos.

Como primer punto fundamental, debe tenerse en cuenta que la moneda a utilizar en Colombia es el Peso Colombiano. En Abril de 2015 un euro correspondía a 2.600 COP y su valor ha sido relativamente constante durante los últimos años variando entre 2.500 y 2.900 COP por euro, esta tendencia ha cambiado abruptamente en el segundo semestre del año alcanzando una valoración de 3.600 COP por euro. Expertos financieros indican que la tasa de cambio rondará los 3.200 COP por euro durante los próximos meses.

Colombia destaca por ser un mercado en el que la demanda es especialmente sensible a la variable precio. Los precios de los materiales de construcción sufren grandes variaciones, y se ven fuertemente condicionados por los altos costes logísticos del país y por la falta de formación del personal. La mano de obra posee importantes carencias de formación, que hacen que a pesar de ser una mano de obra muy barata en comparación con la de la industria europea, los mayores requerimientos de trabajadores para compensar sus carencias técnicas, encarecen el proceso de producción, y disminuyen la productividad, convirtiendo al producto final en más caro y menos competitivo.

También es destacable el gran número de empresas informales existentes en el país y que realiza una competencia desleal a las que están organizadas y legalizadas, ejerciendo una fuerte presión sobre los precios a la baja. Es común encontrar este tipo de empresas en materiales y equipamiento como carpintería o cerrajería.

En cuestión de márgenes es destacable decir que en este mercado, en general, estos son muy ajustados aunque se distinguen diferenciaciones según la marca y reconocimiento del producto:

- a) Un producto con una marca renombrada y reconocida a nivel internacional puede ampliar su margen de beneficio ya que puede ser que sea demandada específicamente, aunque es posible que tenga que vender por debajo de su precio habitual en otros mercados
- b) Un producto con poca diferenciación que se ve obligado a entrar en el mercado vía precio o vía plazos tiene unos márgenes muy reducidos para operar debido a la enorme competencia que existe y la baja posibilidad de diferenciarse del resto.

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

En relación a los medios de pago hay que tener en cuenta la posibilidad de impagos que existe en este sector. Es por este motivo que hoy en día el aval o cualquier otro tipo de garantía resultan fundamentales, además es normal que se entreguen avances en el pago de entre un 15% o un 20% de la cantidad total.

Los métodos de pago recomendados dependerán del monto, complejidad de la operación y el grado de confianza que se posea en el cliente en Colombia pero algunos de los más utilizados son:

- Cobro por adelantado o carta de crédito irrevocable.
- En efectivo contra documento + seguro que cubra devolución de pedido.

Además es conveniente realizar una investigación previa sobre las empresas a través de las cámaras de Comercio de las respectivas ciudades origen de las empresas colombianas, CESCE, COFACE u otras plataformas informáticas especializadas.

A la hora de calcular el escandallo de precios, deberemos tener en cuenta:

Costes de logística (Depende del Incoterm y punto de carga)
+
Margen del distribuidor
+
Tasa parafiscal a la importación
+
Aranceles (Existencia de Tratado de Libre Comercio)
+
IVA 16% (en la mayoría de los casos)

## 6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Las relaciones diplomáticas entre España y Colombia son excelentes, con una rica historia en común y estrechamente asociados a través de acuerdos de cooperación diplomática y comercial como el acuerdo para la supresión de visado entre ambos países y el Tratado de Libre Comercio firmado entre la UE y Colombia el 13 de Abril del 2011 y que pacta un trato preferencial para que productos y servicios ingresen con ventajas en ambos mercados. Se ha acordado también la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios.

Prueba de ello es que en 2014, España se haya consolidado como uno de los proveedores de referencia para Colombia en algunos de los materiales de construcción previamente analizados.

En referencia a la percepción de los materiales de construcción no es fácil hacer una valoración general, ya que el rango de productos que se incluyen en este estudio es muy amplio, algunos de ellos poseen una percepción muy buena (por ejemplo, la piedra natural) mientras que hay otro tipo de productos en los que el origen español no es tan reconocido.

Según empresas colombianas del sector consultadas la percepción que se tiene del producto español es la de un segmento medio-alto de calidad y con un precio medio. En algunos productos se coloca por debajo en cuanto a la imagen de calidad de los productos de otros países, como Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, o Estados Unidos y muy por encima en calidad respecto de los productos asiáticos, especialmente provenientes de China.

En este mercado hay dos tipos de producto muy polarizadas que llevan a estrategias completamente distintas: por una parte está el producto diferenciado en calidad y con marca reconocida, en el que se situaría el producto español, aunque un poco por debajo del de otros países europeos y, por otra parte, está el producto de precio muy bajo que atrae a los proyectos en los que los márgenes son muy ajustados. La mayoría de los productos de esta última categoría provienen de países asiáticos, principalmente de China, y es muy complicado que los productos españoles puedan competir con ellos en este segmento, por lo que la opción del producto español es competir en calidad y valor añadido, al igual que el de otros países europeos, con un precio más competitivo que éstos.

Este mercado ofrece buenas oportunidades para las empresas españolas que suministren materiales de acabados y decoración (grifería, carpinterías, mampostería, alicatado, piedra natural, etc) y que cuenten con productos de alta calidad respaldados por una marca de prestigio internacional ya que este tipo de productos son “visibles” por el cliente final y éste tiene conocimiento y re-

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

lativa capacidad de decisión (a pesar de que el cliente colombiano generalmente sigue careciendo de una cultura arquitectónica y de diseño elevada)

En el mercado de los materiales que se suministran a los constructores y de los que el cliente final no tiene conocimientos técnicos necesarios, la marca no juega un papel fundamental. Según empresas colombianas del sector preguntadas al respecto, los aspectos de mayor relevancia en la decisión de sus compras son el precio, la calidad, un excelente servicio post-venta y confiabilidad ofrecida en relación a experiencia en el país, situación financiera de la empresa y capacidad de suministro.

En cuanto a los plazos de entrega, la empresa española está en la media de los países con una calidad parecida, pero por debajo de los asiáticos, lo que supone una desventaja a la hora de la distribución en el mercado local.

En conclusión, los factores decisorios fundamentales a tomar por el cliente colombiano para decantarse por la compra de un producto son:

- Producto de calidad competitivo en precio.
- Empresa que ofrezca una buena situación financiera.
- Red de distribución.
- Cumplimiento de los plazos.
- Experiencia previa internacional.
- Servicio postventa, servicio que no suele ser de gran calidad en Colombia.
- Prestigio previo en el mercado español. Las empresas colombianas están muy centradas en el retorno. Culturalmente los gustos de los españoles son un espejo en el que poder mirarse por lo que un producto de éxito en el mercado español podría tener mejor aceptación en Colombia.

De entre las cualidades necesarias para el producto español recogidas anteriormente, la más crítica es el precio. Las empresas colombianas del sector son muy conscientes de que el producto español posee mayor calidad que el producto local pero de un precio más elevado, que en ocasiones no puede ser aceptado por un mercado, en ocasiones inmaduro respecto a la calidad, la modernidad y el diseño.

En términos generales se puede decir que la cuota de mercado que posee España está por debajo de las posibilidades reales que podría tener, ya que a pesar de compartir idioma, historia y cultura en común, de entre los países de la UE España es el cuarto socio comercial de Colombia para el periodo 2002-2011 con un 7,98% del total de las importaciones de Colombia con procedencia UE, por detrás de Alemania (29,80%), Francia (24,38%) e Italia (10,52%). Aunque España está ganando cuota desde el año 2012.

# 7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

## 1. CADENA PRODUCTIVA

El comercio de materiales de construcción se desglosa en dos tipos de obras, obra ligera y obra pesada. La cadena productiva en Colombia, consta de seis fases. La primera, la extracción, comprende la explotación de las materias primas necesarias para la segunda fase, la manufactura de los materiales, a la que es común, procesos técnicos y vigilados para lograr el nivel de calidad adecuado para satisfacer las necesidades de las estructuras; la tercera fase, el transporte, es la etapa que conjuga a los fabricantes de los materiales y los comercializadores, este último concentra la cuarta fase; tanto mayoristas como minoristas, solo por mencionar los más importantes están: Homecenter, Easy, Cacharrería Mundial, Ferretería Multialambres, Home Sentry, Casa ferretera entre otras. La quinta fase enmarca los servicios de la construcción, ingeniería, diseño y especialistas en obra y por último, la sexta fase que comprende el mantenimiento de las construcciones, creando un micro ciclo de demanda de materiales de construcción. Ahora, es obligado mencionar una fase que se está incorporando en las últimas décadas a la cadena productiva de los materiales de construcción, la cual es el reciclaje de los sobrantes o de las renovaciones de las estructuras, lo cual crea un mercado subterráneo del procesamiento de estos productos.

## 2. CANALES DE VENTA

A continuación se muestran los canales de venta fundamentales a utilizar por una empresa española exportadora de materiales de construcción y decoración a un exportador español:

### 2.1 VENTA A TRAVÉS DE IMPORTADOR / DISTRIBUIDOR

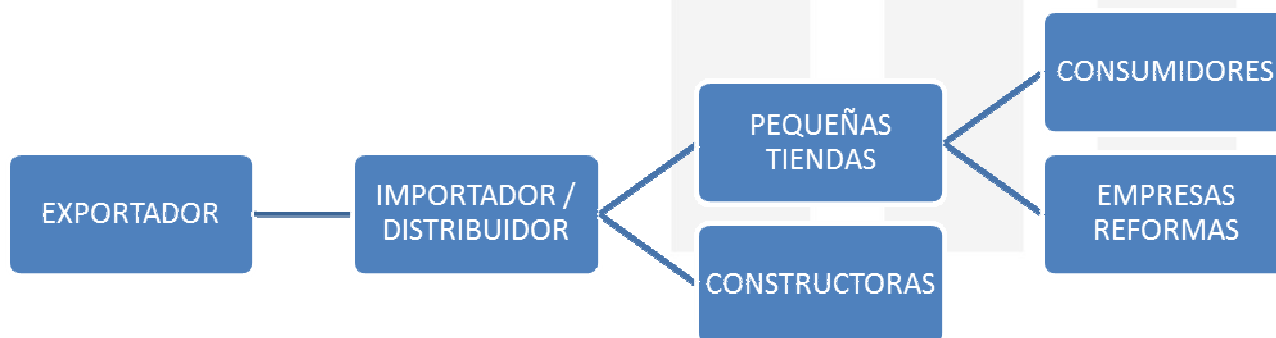
Según empresas constructoras consultadas ésta es la forma más habitual de comercializar productos en el sector de los materiales de construcción, especialmente aquellos que no poseen un gran valor añadido (cementos, yesos, arenas, ladrillos, etc.). En este caso y dependiendo del material que se desea comercializar, se puede seleccionar un distribuidor/importador con showroom, esta opción es recomendable principalmente para empresas de materiales de construcción de alta gama. Es importante que el distribuidor tenga experiencia en el mercado, una buena red

de ventas (en función de la cual, se le designará las regiones de su competencia), con buenas capacidades institucionales, que represente también otras marcas de materiales de construcción conocidas, etc.

Según el tipo de material de construcción (cemento, yeso, piedra natural, baldosa, ladrillo, etc.) se puede diferenciar entre dos tipos de distribuidores fundamentales:

- Empresas con identificación clara de marca (marcas de alta gama): en este apartado se incluyen principalmente a distribuidores de mármoles y granitos de primera calidad, que tienen identidad de marca definida y que prefieren la distribución por un canal comercial diferenciado.
- Empresas distribuidoras de material de construcción al por mayor: son grandes grupos de distribución de materiales que cuentan entre sus clientes a los principales encargados de compras de las mayores constructoras del país.

El distribuidor, dependiendo de su tamaño y su estrategia comercial puede vender posteriormente los productos a un mayorista de menor tamaño, establecimientos de venta de materiales de diversa tipología y tamaño o empresas constructoras.

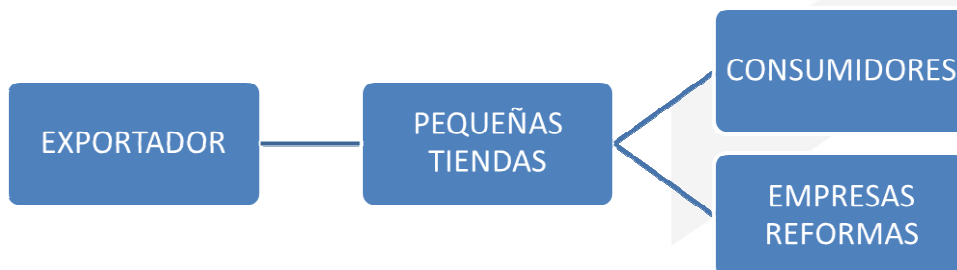


### 2.2 VENTA A TRAVÉS DE TIENDAS Y ALMACENES MEDIANOS

Este canal de distribución lo componen pequeños establecimientos localizados en zonas urbanas que se encargan de distribuir materiales de construcción al cliente minorista (particulares o pequeños negocios de construcción y reparaciones). Este tipo de comercio tiene dos versiones fundamentales: Por un lado existen negocios muy especializados que ofrecen una tipología de material concreta (pavimentos, madera, cerámica, etc), por otro lado es posible encontrar comercios que ofrecen cualquier tipo de producto de conveniencia para pequeñas reparaciones o suministro doméstico, desde cementos o arenas pasando por pinturas o pegamentos. En Colombia este tipo de comercios tiende hacia la concentración en una zona concreta de cada ciudad, es habitual en Colombia encontrar una estructura gremial para muchos de los productos de consumo minorista, de este modo se puede encontrar el barrio o calle de las ópticas, de las telas y por supuesto, la calle de los materiales de construcción, incluso la calle de un material en concreto (ferretería, electricidad, carpintería, etc).

Estos establecimientos tienen un muestrario de producto muy limitado y acaparan escasa capacidad de compras por lo que entraña dificultades y poco rentable acceder a ellos directamente, será necesario contar con un distribuidor potente o bien con una gran fuerza de ventas a través de una amplia red de agentes comerciales.

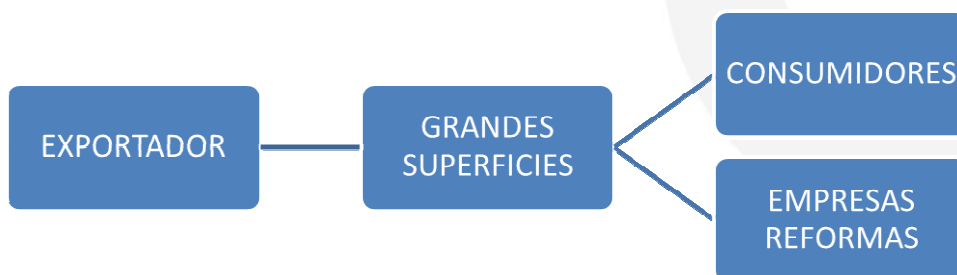
Es destacable comentar que la tendencia de los establecimientos minoristas se dirige hacia la profesionalización y expansión en cadenas vía franquicia o expansión tanto en negocios especializados (Casa Ferretera ofrece sólo ferretería) o negocios que ofrecen amplias gamas de producto (Atmosferas).



### 2.3 VENTA A TRAVÉS DE GRANDES SUPERFICIES O FRANQUICIAS

Este tipo de empresa sigue la tendencia llevada a cabo en España por grandes establecimientos que buscan la diversificación de productos para llegar a un público menos especializado y más orientado a las actividades de remodelación del hogar como Leroy Merlin o Ikea. Homecenter y Home Sentry son los máximos exponentes de este modelo de negocio en Colombia. Su poder de ventas se basa en la gran gama de productos que ofrece, un servicio postventa de gran calidad y, fundamentalmente, por la posibilidad de ofrecer un precio muy competitivo al cliente minorista debido al gran volumen de compras que tiene y la posición ventajosa para fijar precios frente a distribuidores, y fabricantes.

Estos grandes almacenes están alejados de los centros de las ciudades y poseen aparcamiento y servicios adheridos al cliente (restauración, transporte de producto, etc). Los clientes de estas superficies son el pequeño consumidor doméstico y pequeños negocios de construcción y reparaciones. Aunque empresas como Homecenter están profundizando en el formato de venta a empresas de gran tamaño. El tipo de producto ofrecido por este tipo de empresas es muy variado, de calidad media (público objetivo de clase media) y no ofrece gamas “premium” de producto. Para una empresa española que ofrezca materiales de construcción puede ser una forma de entrada al mercado muy conveniente pero que entraña grandes dificultades ya que la presión sobre los precios es muy grande y los márgenes son muy limitados. Empresas asiáticas tienen mayores opciones con esta tipología de cliente.





### 2.4 VENTA ONLINE

Vinculado al desarrollo progresivo de la economía colombiana está la evolución de los canales de compra alternativos como es la venta online. Para el sector de materiales de construcción sigue siendo un canal bastante inmaduro y poco utilizado aunque empresas líderes de las ventas multi-producto a través de internet como Linio se espera que su progresión sea muy positiva como lo ha sido en países más desarrollados económicamente. El cliente final de este tipo de canal es el consumidor doméstico.

Existen dos vías fundamentales para una empresa española en este canal: por una parte se puede vender producto a una tienda online colombiana con negocio consolidado y por otro lado existe la opción de la venta directa a través de página web propia. En el primer caso, empresas focalizadas en ferretería, herramientas y pequeños insumos son aquellas que mejores resultados ofrecen. Empresas como Cacharrería Mundial ya ofrecen un amplio catálogo de productos y se ha consolidado como un negocio muy rentable. Para una empresa española que ofrezca materiales de construcción puede ser una forma de entrada al mercado muy conveniente pero que entraña grandes dificultades ya que la presión sobre los precios es muy grande y los márgenes son muy limitados. Además está sujeta a la evolución del canal en el futuro ya que sigue siendo un canal que posee mucha incertidumbre en su desempeño e inaccesible para productos sin alto valor añadido como cemento, yeso o arenas.

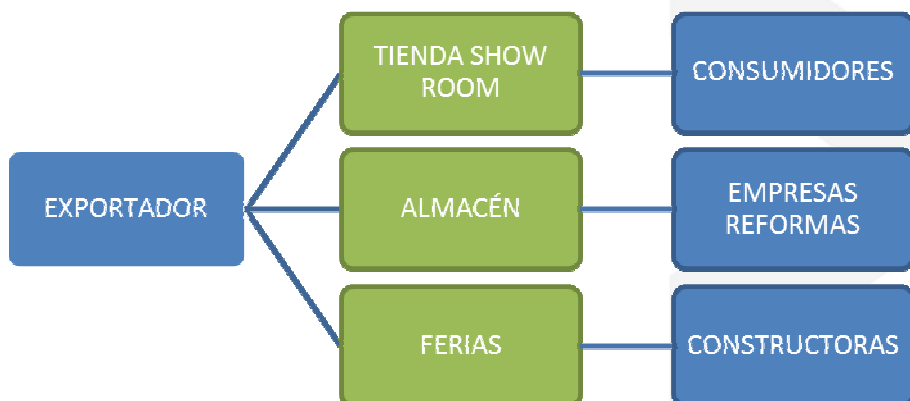
En el caso de la venta online de materiales de construcción desde España a través de página web propia el panorama resulta muy complicado. El posicionamiento en buscadores web es fundamental y muy difícil de conseguir y los precios de transporte suponen una gran barrera para competir a través de este canal. Sólo productores de materiales muy elaborados y de altísimo valor añadido podrán realizar ventas puntuales para clientes de alta capacidad adquisitiva.



### 2.5 VENTA DIRECTA

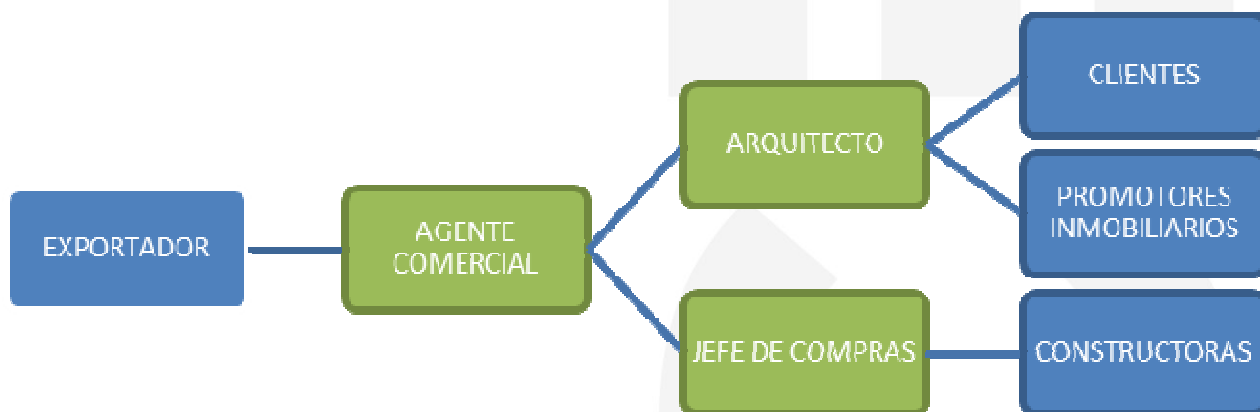
La venta también puede realizarse de forma directa a través de establecimiento propio con showroom, esta opción es recomendable principalmente para empresas de materiales de construcción de alta gama, es decir, empresas con identificación clara de marca (marcas premium). Sin duda, supone una estrategia arriesgada y cara de acceso al mercado para una empresa española debido a los altos requerimientos de inversión inicial. En este caso los clientes serán fundamentalmente el pequeño consumidor doméstico, pequeños negocios de construcción y reparaciones, así como constructoras de mediano tamaño y obviamente, una gran carta de presentación para acceder a grandes promotores.

Existe también la posibilidad de realizar venta directa de producto a través de un pedido puntual realizado por clientes encontrados en ferias locales y extranjeras pero no es una estrategia que pueda facilitar ventas constantes a menos que se establezca una relación de confianza duradera con el cliente.



**2.6 VENTA A TRAVÉS DE PRESCRIPTORES DE OPINIÓN**

Una opción de entrada al mercado de la exportación de materiales de construcción en Colombia es a través de prescriptores de opinión. Especialmente en la construcción de obra nueva edificatoria la decisión final para elegir un determinado material la tienen prescriptores de opinión como son promotores inmobiliarios, encargados de compras de empresas constructoras, arquitectos, gerentes de construcción y diseñadores por lo que mostrar las virtudes de un determinado producto a estos actores del sector a través de agentes comerciales puede ser una estrategia válida y que no requiere de una inversión elevada.



## 8. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS

La posición geoestratégica en la esquina noroccidental de Suramérica, ubica a Colombia en un entorno logístico competitivo. Además, por la cercanía al canal de Panamá se ven facilitadas las interconexiones este-oeste y el acceso a los dos océanos.

Similar situación sucede para el tráfico aéreo, el Aeropuerto de Bogotá es el primero en América Latina en movimiento de carga. Colombia cuenta con la posibilidad de establecimiento de “hubs” o centros de distribución para empresas de logística. El 75% del total de navieras en el mundo recalcan en servicios de exportación e importación en Colombia.

El Gobierno se ha fijado como meta establecer Acuerdos de Libre Comercio con países estratégicos con el fin de generar las mejores condiciones posibles para la inversión y el comercio. El TLC Colombia USA entró en vigor en julio 2012 y el TLC con Europa en octubre 2012.

Cualquier empresa que esté planeando internacionalizar su negocio debe ser consciente de cuáles son los retos, desde la búsqueda del país, hasta las acciones de marketing. Estas son las claves:

- Contar con un modelo de negocio de éxito perfectamente definido en el país de origen, y con los mecanismos adecuados para su adaptación permanente al mercado e implantación en el equipo.
- Hacer un análisis del entorno y del país de destino en profundidad; elaborar una lista de oportunidades y amenazas; y planear la forma de acceder al nuevo mercado.
- Identificar la estrategia de marketing más adecuada para aplicar en cada país en el que se quiera implantar la empresa.
- Estudiar la viabilidad económica y financiera del proyecto.
- Entrar con vocación de quedarse y de alcanzar una cuota de mercado suficiente para que los costes de implantación no se disparen: las adquisiciones son la mejor opción para obtener una expansión estable.
- Diversificar el riesgo. Impulsar la expansión tanto geográfica como funcional.
- Asignar los recursos financieros y humanos necesarios. Los mejores profesionales deben liderar el proyecto de internacionalización.
- Temas legales. Analizar profundamente las posibles barreras legales de entrada al país, así como las posibles licencias de exportación que necesitan productos.

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

Los principales aspectos a tener en cuenta al importar las principales partidas analizadas en este estudio son los siguientes:

### Marmol, travestinos, “eccausines” y demás piedras calizas (2515)

Subpartida	2515.00.00.00
Gravamen con la UE	5% mármoles y travestinos en bruto y 0% el resto
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Kg

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, grado de elaboración, aspecto físico, densidad aparente y uso).

En general la importación de las mercancías clasificables por esta subpartida no está sujeta a requisito, permiso o autorización y, por lo tanto, no requiere registro o licencia de importación de conformidad con el Decreto 925 de 2013, excepto que por alguna circunstancia específica se convierta en obligatoria la presentación del registro o de licencia previa o solicitudes con exención de gravámenes arancelarios, las que utilicen el sistema de licencia anual o las importaciones destinadas a las Fuerzas Militares y a la Policía Nacional.

Para la importación de mercancías remanufacturadas establecidas en los acuerdos comerciales internacionales vigentes, no se requerirá licencia de importación, siempre que dichos acuerdos así lo contemplen y se cumplan las condiciones establecidas en los mismos.

Los productos en condiciones especiales de mercado están sujetos al Reglamento Técnico de etiquetado establecido con la Resolución 497 de 2013 de Mincit, vigente a partir del 26 de agosto de 2013.

Para efectos de esta llamada de observación, hemos tenido en cuenta las subpartidas arancelarias sujetas a los requisitos, permisos o autorizaciones señalados en la Circular Única 50 de 2012 de Mincit y sus anexos y exigidos por las entidades competentes vinculadas a la Ventanilla Única de Comercio Exterior -VUCE, para el trámite de los registros o licencias de importación.

**Granito, pórfido, basalto, arenisca y demás piedras de talla o de construcción (2516)**

Subpartida	2516.00.00.00
Gravamen con la UE	0%
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Kg

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, grado de elaboración, aspecto físico, densidad aparente y uso).

En general la importación de las mercancías clasificables por esta subpartida no está sujeta a requisito, permiso o autorización y, por lo tanto, no requiere registro o licencia de importación de conformidad con el Decreto 925 de 2013, excepto que por alguna circunstancia específica se convierta en obligatoria la presentación del registro o de licencia previa o solicitudes con exención de gravámenes arancelarios, las que utilicen el sistema de licencia anual o las importaciones destinadas a las Fuerzas Militares y a la Policía Nacional.

Para la importación de mercancías remanufacturadas establecidas en los acuerdos comerciales internacionales vigentes, no se requerirá licencia de importación, siempre que dichos acuerdos así lo contemplen y se cumplan las condiciones establecidas en los mismos.

Los productos en condiciones especiales de mercado están sujetos al Reglamento Técnico de etiquetado establecido con la Resolución 497 de 2013 de Mincit, vigente a partir del 26 de agosto de 2013.

Para efectos de esta llamada de observación, hemos tenido en cuenta las subpartidas arancelarias sujetas a los requisitos, permisos o autorizaciones señalados en la Circular Única 50 de 2012 de Mincit y sus anexos y exigidos por las entidades competentes vinculadas a la Ventanilla Única de Comercio Exterior -VUCE, para el trámite de los registros o licencias de importación.

**Yeso natural (2520)**

Subpartida	2520.00.00.00
Gravamen con la UE	0% desde el 01/08/2015
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Kg

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, grado de elaboración, aspecto físico y uso).

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

Se requiere Concepto de Insumos, Licencia de Venta o certificado de Autorización expedidos por el ICA para la importación cuando se vaya a emplear como elemento para la fabricación de fertilizantes. Se requerirá registro sanitario del Invima cuando la finalidad del producto sea de uso odontológico.

La importación de determinadas mercancías clasificables por esta subpartida puede estar sujeta a la solicitud y presentación de registro o licencia de importación de conformidad con el Decreto 925 de 2013, por estar sujetas a requisitos, permisos o autorizaciones o por alguna otra circunstancia específica.

En las solicitudes de registro y de licencia de importación como parte de la descripción de las mercancías, deberá indicarse el año de fabricación y especificar si se trata de mercancía nueva, saldos o productos en condiciones especiales de mercado con su respectiva característica o desperdicios, residuos, desechos o chatarra.

Se exceptúan de la obligación de solicitar registro de importación los productos sujetos a cumplimiento de reglamento técnico cuando el mismo establezca prescripciones únicamente respecto a etiquetado o permita la utilización en forma permanente de la Declaración de Conformidad del Proveedor en los términos y condiciones de la Norma Técnica Colombiana NTC-ISO/IEC 17050.

### Cemento blanco (2523)

Subpartida	2523.21.00.00
Gravamen con la UE	0%
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Kg

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, grado de elaboración, aspecto físico y uso).

La Resolución 1 de 2015 del CNE incluye el «cemento» entre los productos sujetos a control por parte de la Subdirección de Control y Fiscalización de Sustancias Químicas y Estupefacientes de Minjusticia, pero este control solo se aplicará en los diez (10) departamentos con mayor afectación por presencia de cultivos ilícitos, que determine anualmente la fuente oficial de monitoreo de cultivos ilícitos en Colombia (Sistema Integral de Monitoreo de Cultivos Ilícitos-SIMCI-UNODC) o quien haga sus veces.

Sin embargo, considerando que se trata de un producto de uso masivo no requiere la expedición de autorizaciones y solo requiere la obtención de un certificado de registro que expedirá automáticamente el Sistema de Información para el Control de Sustancias y Productos Químicos (SICOQ).

Las personas naturales o jurídicas que manejen este producto podrán realizar las actividades objeto de control hasta que entre en funcionamiento el módulo de Certificados de Registro en el Sistema de Información para el Control de Sustancias y Productos Químicos (SICOQ).

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

La importación de las mercancías clasificables por esta subpartida no está sujeta a requisito, permiso o autorización y, por lo tanto, no requiere registro o licencia de importación de conformidad con el Decreto 925 de 2013, excepto que por alguna circunstancia específica se convierta en obligatoria la presentación del registro o de licencia previa o solicitudes con exención de gravámenes arancelarios, las que utilicen el sistema de licencia anual o las importaciones destinadas a las Fuerzas Militares y a la Policía Nacional.

### **Tableros de fibra de madera u otras materias leñosas- incluso aglomeradas con resinas o demás aglutinantes orgánicos (4411)**

Subpartida	6802.00.00.00
Gravamen con la UE	De 0% - 10% dependiendo del espesor y la densidad
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Metro cúbico – m3

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, origen, grado de elaboración, espesor, densidad, uso, marca y referencia).

La importación de productos clasificables en esta subpartida comprendidos en la Categoría de Riesgo Fitosanitario 1, establecida por la CAN para plantas, productos vegetales y otros artículos reglamentados, no está sujeta a requisitos de Permiso o Documento Fitosanitario ni a Inspección fitosanitaria al ingreso al país.

Lo anterior no exonera del cumplimiento de Requisitos Fitosanitarios Específicos establecidos en la normativa andina ni del cumplimiento de los requisitos fitosanitarios nacionales de productos que no estén contemplados en la normativa comunitaria andina.

### **Madera contrachapada- madera chapada y madera estratificada (4412)**

Subpartida	6802.00.00.00
Gravamen con la UE	10% madera contrachapada con esperor igual o inferior a 6mm 0% bambú, blockboard, laminboard y battenboard
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Metro cúbico – m3

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, origen, grado de elaboración, uso, marca, referencia).

A partir del 10 de octubre de 2008, la importación de empaques para productos agrícolas de consumo humano, tales como frutas, hortalizas, tubérculos o leguminosas, está sujeta al cumplimiento de los requisitos mínimos establecidos en Reglamento Técnico, con excepción de empaques para patilla o sandía, ahuyama, calabaza y coco.

El empaque utilizado en productos agrícolas debe ser nuevo y cumplir con otros requisitos generales y los requisitos específicos establecidos para los diferentes tipos de empaques.

Para demostrar conformidad con el Reglamento Técnico los proveedores y/o distribuidores de empaques deben adoptar el presente Reglamento Técnico a través de mecanismos de autodeclaración y acogerse a las disposiciones del Ministerio de la Protección Social, la Resolución 00485 y al Decreto 1731 de 1967.

A su vez, todos los comerciantes deben velar por el cumplimiento de los requisitos contemplados en el Reglamento Técnico.

### Adoquines, encintados, bordillos y losas para pavimentos de piedra natural (6801)

Subpartida	6801.00.00.00
Gravamen con la UE	0%
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Metro cuadrado – m2

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, composición, grado de elaboración, marca y referencia).

Subpartida sujeta a un gravamen arancelario variable. Si el precio del producto marcador de la respectiva franja se encuentra entre el precio piso y el precio techo le corresponde un gravamen del 15%, como tarifa establecida en el Arancel Externo Común.

### Piedra (6802)

Subpartida	6802.00.00.00
Gravamen con la UE	0% - 10%
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Unidades o artículos



## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, composición, grado de elaboración, dimensiones, forma de presentación, marca y referencia).

La importación de las mercancías clasificables por esta subpartida no está sujeta a requisito, permiso o autorización y, por lo tanto, no requiere registro o licencia de importación de conformidad con el Decreto 925 de 2013, excepto que por alguna circunstancia se convierta en obligatoria la presentación del registro o de licencia previa o solicitudes con exención de gravámenes arancelarios, las que utilicen el sistema de licencia anual o las importaciones destinadas a las Fuerzas Militares y a la Policía Nacional.

Para la importación de mercancías remanufacturadas establecidas en los acuerdos comerciales internacionales vigentes, no se requerirá licencia de importación, siempre que dichos acuerdos así lo contemplen y se cumplan las condiciones establecidas en los mismos.

### **Pizarra natural trabajada y manufacturas de pizarra natural o aglomerada (6803)**

Subpartida	6803.00.00.00
Gravamen con la UE	0%
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Metro cuadrado – m2

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, composición, grado de elaboración, marca y referencia).

En general la importación de las mercancías clasificables por esta subpartida no está sujeta a requisito, permiso o autorización y, por lo tanto, no requiere registro o licencia de importación de conformidad con el Decreto 925 de 2013, excepto que por alguna circunstancia específica se convierta en obligatoria la presentación del registro o de licencia previa o solicitudes con exención de gravámenes arancelarios, las que utilicen el sistema de licencia anual o las importaciones destinadas a las Fuerzas Militares y a la Policía Nacional.

Para la importación de mercancías remanufacturadas establecidas en los acuerdos comerciales internacionales vigentes, no se requerirá licencia de importación, siempre que dichos acuerdos así lo contemplen y se cumplan las condiciones establecidas en los mismos.

Los productos en condiciones especiales de mercado están sujetos al Reglamento Técnico de etiquetado establecido con la Resolución 497 de 2013 de Mincit, vigente a partir del 26 de agosto de 2013.

Para efectos de esta llamada de observación, hemos tenido en cuenta las subpartidas arancelarias sujetas a los requisitos, permisos o autorizaciones señalados en la Circular Única 50 de 2012 de Mincit y sus anexos y exigidos por las entidades competentes vinculadas a la Ventanilla Única de Comercio Exterior -VUCE, para el trámite de los registros o licencias de importación.

### Ladrillos, placas, baldosas y piezas cerámicas (6902)

Subpartida	6902.10.00.00
Gravamen con la UE	0%
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Kilogramo - Kg

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, composición, presentación, forma, dimensiones, temperatura que resiste, uso, marca y referencia). La importación de las mercancías clasificables por esta subpartida no está sujeta a requisito, permiso o autorización y, por lo tanto, no requiere registro o licencia de importación de conformidad con el Decreto 925 de 2013, excepto que por alguna circunstancia específica se convierta en obligatoria la presentación del registro o de licencia previa o solicitudes con exención de gravámenes arancelarios, las que utilicen el sistema de licencia anual o las importaciones destinadas a las Fuerzas Militares y a la Policía Nacional.

Para la importación de mercancías remanufacturadas establecidas en los acuerdos comerciales internacionales vigentes, no se requerirá licencia de importación, siempre que dichos acuerdos así lo contemplen y se cumplan las condiciones establecidas en los mismos.

### Placas y baldosas, de cerámica, sin barnizar ni esmaltar, para pavimentación o revestimientos (6907)

Subpartida	6907.00.00.00
Gravamen con la UE	10%
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Metro cuadrado – m2

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, composición, presentación, forma, dimensiones, uso, marca y referencia).

A partir del 31 de julio de 2013, la importación de baldosas cerámicas está sujeta a reglamento técnico de etiquetado, mediante la colocación o fijación de la etiqueta en algún sitio visible del producto, envase, empaque o pallet.

La información mínima necesaria de etiquetado para los productos objeto del este reglamento técnico podrá estar en una o más etiquetas, ser legible a simple vista y deberá estar como mínimo en idioma castellano sin perjuicio de que pueda presentarse en otros idiomas adicionalmente, sal-

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

vo aquella información cuya traducción al castellano no sea posible que deberá estar en alfabeto latino, y es la siguiente:

1. La norma técnica utilizada para fabricar la baldosa cerámica o la norma que contiene requisitos del producto terminado.
2. El nombre o marca o ambos del productor o proveedor o expendedor, fabricante o importador de la baldosa cerámica o su representante autorizado.
3. El país de origen que es el país de manufactura, fabricación o elaboración del producto.
4. Método de fabricación o moldeo.
5. Leyendas o símbolos o ambos sobre instrucciones de uso del producto, como por ejemplo "Revestimiento para piso o pared", "Solo para revestimiento para piso", "Solo para revestimiento de pared", "Baldosas adecuadas para el empleo en pisos", etc.
6. Tamaño nominal y tamaño de fabricación (W), modular (M) o no modular.
7. Naturaleza de la superficie de la baldosa, es decir esmaltada (GL) o no esmaltada (UGL).

Para el caso de unidades de empaque contenidas en pallets, la información mínima de etiquetado requerida en este reglamento técnico podrá ser dispuesta en los laterales de los pallets de forma permanente o adherida, sin menoscabo de que en el punto de venta o distribución al consumidor la etiqueta deberá ser permanente o adherida al producto, caja o unidad de empaque, o de forma preimpresa en el producto, caja o unidad de empaque. Las etiquetas adheridas o pegadas, deberán tener propiedades y características técnicas de seguridad que conlleven su destrucción al ser removida del sustrato sobre el cual ha sido adherida o pegada e impida su reutilización y no podrá sobreponerse sobre cualquier otra etiqueta para ocultar información del producto originalmente fabricado.

Para el cumplimiento del presente reglamento técnico se requiere la información mínima necesaria exigida en el etiquetado. Dicha información será asumida como declaración expresa del fabricante, del importador, o del comercializador, según corresponda, y como tal acreditará las condiciones por medio de las cuales el consumidor o usuario escoge el producto, y a su vez, servirá de prueba para efectos civiles y comerciales, mientras ella sea legible.

Para los productos que vayan a ser importados a Colombia, la información exigida en el etiquetado deberá estar disponible ante la entidad de vigilancia y control competente que la requiera, previamente a su comercialización en el país, específicamente en el momento de la solicitud del levante aduanero de las mercancías.

Para comercializar en Colombia los productos incluidos en este reglamento técnico, los proveedores deberán estar inscritos en el Registro de Fabricantes e Importadores de productos o servicios sujetos al cumplimiento de reglamentos técnicos, establecido por la SIC o la entidad que haga sus veces.

En forma transitoria, este reglamento técnico no aplicará a los productos que cuenten con factura de compraventa y hayan sido facturados y embarcados por parte del proveedor hacia un primer distribuidor o importador en Colombia antes de la fecha de entrada en vigencia de esta resolución. Los productos que ya fueron nacionalizados o importados antes de la fecha de entrada en vigencia de esta resolución que no hayan sido comercializados y se constituyen en inventarios, tendrán un plazo de dieciocho (18) meses contados a partir de esta fecha para su comercialización sin que se les exija el cumplimiento de este reglamento técnico.

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

Las disposiciones del citado reglamento técnico no se aplican a:

- Material publicitario, que ingrese al país de manera ocasional para participar en ferias, exposiciones, o que tengan intención u objeto promocionar mercancías, siempre que su cantidad no refleje intención alguna de carácter comercial, su presentación lo descalifique para su venta y su valor FOB no supere el monto establecido por la DIAN.
- Donaciones.
- Efectos personales o equipaje de viajeros.
- Envíos de correspondencia, los paquetes postales y los envíos urgentes.
- Productos contemplados en el presente reglamento técnico que se configuren bajo especificaciones de compra establecidas por la Fuerza Pública.
- Las baldosas cerámicas consideradas como productos de artesanía.
- Las baldosas cerámicas consideradas como productos en circunstancias especiales señaladas en el artículo 15 de la Ley 1480 del 12 de octubre de 2011.

En general la importación de las mercancías clasificables por esta subpartida no está sujeta a requisito, permiso o autorización y, por lo tanto, no requiere registro o licencia de importación de conformidad con el Decreto 925 de 2013, excepto que por alguna circunstancia específica se convierta en obligatoria la presentación del registro o de licencia previa o solicitudes con exención de gravámenes arancelarios, las que utilicen el sistema de licencia anual o las importaciones destinadas a las Fuerzas Militares y a la Policía Nacional.

Para la importación de mercancías remanufacturadas establecidas en los acuerdos comerciales internacionales vigentes, no se requerirá licencia de importación, siempre que dichos acuerdos así lo contemplen y se cumplan las condiciones establecidas en los mismos.

Los productos en condiciones especiales de mercado están sujetos al Reglamento Técnico de etiquetado establecido con la Resolución 497 de 2013 de Mincit, vigente a partir del 26 de agosto de 2013.

Para efectos de esta llamada de observación, hemos tenido en cuenta las subpartidas arancelarias sujetas a los requisitos, permisos o autorizaciones señalados en la Circular Única 50 de 2012 de Mincit y sus anexos y exigidos por las entidades competentes vinculadas a la Ventanilla Única de Comercio Exterior -VUCE, para el trámite de los registros o licencias de importación.

### **Placas y baldosas, de cerámica, barnizadas o esmaltadas, para pavimentación o revestimientos (6908)**

Subpartida	6908.00.00.00
Gravamen con la UE	10%
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Kg

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, composición, presentación, forma, dimensiones, uso, marca y referencia).

A partir del 31 de julio de 2013, la importación de baldosas cerámicas está sujeta a reglamento técnico de etiquetado, mediante la colocación o fijación de la etiqueta en algún sitio visible del producto, envase, empaque o pallet.

La información mínima necesaria de etiquetado para los productos objeto del este reglamento técnico podrá estar en una o más etiquetas, ser legible a simple vista y deberá estar como mínimo en idioma castellano sin perjuicio de que pueda presentarse en otros idiomas adicionalmente, salvo aquella información cuya traducción al castellano no sea posible que deberá estar en alfabeto latino, y es la siguiente:

1. La norma técnica utilizada para fabricar la baldosa cerámica o la norma que contiene requisitos del producto terminado.
2. El nombre o marca o ambos del productor o proveedor o expendedor, fabricante o importador de la baldosa cerámica o su representante autorizado.
3. El país de origen que es el país de manufactura, fabricación o elaboración del producto.
4. Método de fabricación o moldeo.
5. Leyendas o símbolos o ambos sobre instrucciones de uso del producto, como por ejemplo "Revestimiento para piso o pared", "Solo para revestimiento para piso", "Solo para revestimiento de pared", "Baldosas adecuadas para el empleo en pisos", etc.
6. Tamaño nominal y tamaño de fabricación (W), modular (M) o no modular.
7. Naturaleza de la superficie de la baldosa, es decir esmaltada (GL) o no esmaltada (UGL).

Para el caso de unidades de empaque contenidas en pallets, la información mínima de etiquetado requerida en este reglamento técnico podrá ser dispuesta en los laterales de los pallets de forma permanente o adherida, sin menoscabo de que en el punto de venta o distribución al consumidor la etiqueta deberá ser permanente o adherida al producto, caja o unidad de empaque, o de forma preimpresa en el producto, caja o unidad de empaque. Las etiquetas adheridas o pegadas, deberán tener propiedades y características técnicas de seguridad que conlleven su destrucción al ser removida del sustrato sobre el cual ha sido adherida o pegada e impida su reutilización y no podrá superponerse sobre cualquier otra etiqueta para ocultar información del producto originalmente fabricado.

Para el cumplimiento del presente reglamento técnico se requiere la información mínima necesaria exigida en el etiquetado. Dicha información será asumida como declaración expresa del fabricante, del importador, o del comercializador, según corresponda, y como tal acreditará las condiciones por medio de las cuales el consumidor o usuario escoge el producto, y a su vez, servirá de prueba para efectos civiles y comerciales, mientras ella sea legible.

Para los productos que vayan a ser importados a Colombia, la información exigida en el etiquetado deberá estar disponible ante la entidad de vigilancia y control competente que la requiera, previamente a su comercialización en el país, específicamente en el momento de la solicitud del levante aduanero de las mercancías.

Para comercializar en Colombia los productos incluidos en este reglamento técnico, los proveedores deberán estar inscritos en el Registro de Fabricantes e Importadores de productos o servicios sujetos al cumplimiento de reglamentos técnicos, establecido por la SIC o la entidad que haga sus veces.

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

En forma transitoria, este reglamento técnico no aplicará a los productos que cuenten con factura de compraventa y hayan sido facturados y embarcados por parte del proveedor hacia un primer distribuidor o importador en Colombia antes de la fecha de entrada en vigencia de esta resolución. Los productos que ya fueron nacionalizados o importados antes de la fecha de entrada en vigencia de esta resolución que no hayan sido comercializados y se constituyen en inventarios, tendrán un plazo de dieciocho (18) meses contados a partir de esta fecha para su comercialización sin que se les exija el cumplimiento de este reglamento técnico.

Las disposiciones del citado reglamento técnico no se aplican a:

- Material publicitario, que ingrese al país de manera ocasional para participar en ferias, exposiciones, o que tengan intención u objeto promocionar mercancías, siempre que su cantidad no refleje intención alguna de carácter comercial, su presentación lo descalifique para su venta y su valor FOB no supere el monto establecido por la DIAN.
- Donaciones.
- Efectos personales o equipaje de viajeros.
- Envíos de correspondencia, los paquetes postales y los envíos urgentes.
- Productos contemplados en el presente reglamento técnico que se configuren bajo especificaciones de compra establecidas por la Fuerza Pública.
- Las baldosas cerámicas consideradas como productos de artesanía.
- Las baldosas cerámicas consideradas como productos en circunstancias especiales señaladas en el artículo 15 de la Ley 1480 del 12 de octubre de 2011.

En general la importación de las mercancías clasificables por esta subpartida no está sujeta a requisito, permiso o autorización y, por lo tanto, no requiere registro o licencia de importación de conformidad con el Decreto 925 de 2013, excepto que por alguna circunstancia específica (por ejemplo: importación de saldos, de productos en condiciones especiales de mercado, de productos de especies amenazadas de flora o fauna, de prendas privativas de la Fuerza Pública) se convierta en obligatoria la presentación del registro o de licencia previa o solicitudes con exención de gravámenes arancelarios, las que utilicen el sistema de licencia anual o las importaciones destinadas a las Fuerzas Militares y a la Policía Nacional.

Para la importación de mercancías remanufacturadas establecidas en los acuerdos comerciales internacionales vigentes, no se requerirá licencia de importación, siempre que dichos acuerdos así lo contemplen y se cumplan las condiciones establecidas en los mismos.

Los productos en condiciones especiales de mercado están sujetos al Reglamento Técnico de etiquetado establecido con la Resolución 497 de 2013 de Mincit, vigente a partir del 26 de agosto de 2013.

Para efectos de esta llamada de observación, hemos tenido en cuenta las subpartidas arancelarias sujetas a los requisitos, permisos o autorizaciones señalados en la Circular Única 50 de 2012 de Mincit y sus anexos y exigidos por las entidades competentes vinculadas a la Ventanilla Única de Comercio Exterior -VUCE, para el trámite de los registros o licencias de importación.

## Alambrón de hierro o acero sin alear para hormigón armado (7213)

Subpartida	7213.00.00.00
Gravamen con la UE	10%
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Kilogramo – Kg

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, composición, forma de sección transversal, dimensiones, límite de elasticidad, proceso de obtención, trabajo en la superficie, designación de acero en norma ASTM o equivalente y uso).

A partir del 16 de enero de 2013, la importación de alambrón y de barras corrugadas para refuerzo de concreto en construcciones sismorresistentes está sujeta a cumplimiento de reglamento técnico mediante el respectivo certificado de conformidad de producto expedido bajo las alternativas señaladas en la norma.

De esta medida se exceptúan:

- Material publicitario que ingrese al país de manera ocasional para participar en ferias, exposiciones, o que tenga por objeto promocionar mercancías, siempre que tal material no sea utilizado en construcciones públicas o privadas:
- Los demás productos de acero, diferentes a barras de acero corrugado, establecidos en el numeral C.3.5 del NSR 10.
- Temporalmente, dentro de los 6 meses siguientes a la fecha de entrada en vigencia de estas disposiciones, se excluyen de su cumplimiento:
- Los productos que antes de la entrada en vigencia de estas disposiciones cuenten con factura de compra venta y hayan sido despachados por parte del proveedor hacia un importador o a un primer distribuidor en Colombia, que ingresen al país luego de la fecha de entrada en vigencia, y
- Los productos importados antes de la entrada en vigencia de estas disposiciones que constituyan inventarios.
- Los importadores deben inscribirse en el Registro de Fabricantes e Importadores de productos o servicios sujetos al cumplimiento de Reglamentos Técnicos, establecido por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), o la entidad que haga sus veces.

### Tubos y perfiles huecos, de fundición (7303)

Subpartida	7303.00.00.00
Gravamen con la UE	0%
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Kilogramo - Kg

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, composición, forma de la sección transversal, tipo, uso, marca, referencia).

En general la importación de las mercancías clasificables por esta subpartida no está sujeta a requisito, permiso o autorización y, por lo tanto, no requiere registro o licencia de importación de conformidad con el Decreto 925 de 2013, excepto que por alguna circunstancia específica se convierta en obligatoria la presentación del registro o de licencia previa o solicitudes con exención de gravámenes arancelarios, las que utilicen el sistema de licencia anual o las importaciones destinadas a las Fuerzas Militares y a la Policía Nacional.

Para la importación de mercancías remanufacturadas establecidas en los acuerdos comerciales internacionales vigentes, no se requerirá licencia de importación, siempre que dichos acuerdos así lo contemplen y se cumplan las condiciones establecidas en los mismos.

Los productos en condiciones especiales de mercado están sujetos al Reglamento Técnico de etiquetado establecido con la Resolución 497 de 2013 de Mincit, vigente a partir del 26 de agosto de 2013.

### Construcciones y sus partes (7308)

Subpartida	7308.00.00.00
Gravamen con la UE	0% - 10%
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Kilogramo - Kg

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, materia constitutiva, uso, marca y referencia).

La importación de las mercancías clasificables por esta partida por parte de las empresas dedicadas a la exploración, explotación, beneficio y transformación de minerales o petróleo o a la prestación de servicios técnicos vinculados con tales actividades, puede hacerse bajo el Sistema de Licencias Anuales abiertas, previo visto bueno previo del Ministerio de Minas y Energía para el



## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

sector petrolero y de ingeominas para el sector minero, que se solicita a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior. Además, cuando la importación esté sujeta a otros vistos buenos o autorizaciones previas, se debe acreditar su cumplimiento en el momento de solicitar autorización para el levante de las mercancías.

Las Licencias Anuales serán válidas para los despachos que se efectúen entre el 1° de enero y el treinta y uno de diciembre del año respectivo y deben ser presentadas dentro de los sesenta días anteriores al inicio del año para el cual se solicitan.

Al amparo del Licencia Anual no se permitirá la importación de bienes usados, imperfectos, reparados, reconstruidos, restaurados (refurbished), subestándar, remanufacturados, saldos, sobrantes o desperdicios.

Para que las empresas mencionadas puedan beneficiarse de la exención arancelaria prevista en el Decreto 255 de 1992 el usuario deberá presentar modificación de la Licencia Anual ante el Comité de Importaciones.

### Manufacturas de hierro y acero (7326)

Subpartida	7326.00.00.00
Gravamen con la UE	0% - 5%
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Kilogramos, unidades o artículos

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, composición, proceso de obtención, uso, marca, referencia).

En general la importación de las mercancías clasificables por esta subpartida no está sujeta a requisito, permiso o autorización y, por lo tanto, no requiere registro o licencia de importación de conformidad con el Decreto 925 de 2013, excepto que por alguna circunstancia específica se convierta en obligatoria la presentación del registro o de licencia previa o solicitudes con exención de gravámenes arancelarios, las que utilicen el sistema de licencia anual o las importaciones destinadas a las Fuerzas Militares y a la Policía Nacional.

Para la importación de mercancías remanufacturadas establecidas en los acuerdos comerciales internacionales vigentes, no se requerirá licencia de importación, siempre que dichos acuerdos así lo contemplen y se cumplan las condiciones establecidas en los mismos.

Los productos en condiciones especiales de mercado están sujetos al Reglamento Técnico de etiquetado establecido con la Resolución 497 de 2013 de Mincit, vigente a partir del 26 de agosto de 2013.

**Guarniciones, herrajes y artículos similares (de metal común) para muebles (puertas, escaleras, ventanas, persianas, carrocerías, artículos de guarnicionería, baúles, arcas, cofres y demás manufactura (8302)**

Subpartida	8302.00.00.00
Gravamen con la UE	0%
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Unidades o artículos

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, uso, marca y referencia). La importación de las mercancías clasificables por esta partida por parte de las empresas dedicadas a la exploración, explotación, beneficio y transformación de minerales o petróleo o a la prestación de servicios técnicos vinculados con tales actividades, puede hacerse bajo el Sistema de Licencias Anuales abiertas, previo visto bueno previo del Ministerio de Minas y Energía para el sector petrolero y de Ingeominas para el sector minero, que se solicita a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior.

Además, cuando la importación esté sujeta a otros vistos buenos o autorizaciones previas, se debe acreditar su cumplimiento en el momento de solicitar autorización para el levante de las mercancías.

Las Licencias Anuales serán válidas para los despachos que se efectúen entre el 1° de enero y el treinta y uno de diciembre del año respectivo y deben ser presentadas dentro de los sesenta días anteriores al inicio del año para el cual se solicitan.

Al amparo del Licencia Anual no se permitirá la importación de bienes usados, imperfectos, reparados, reconstruidos, restaurados (refurbished), subestándar, remanufacturados, saldos, sobrantes o desperdicios.

Para que las empresas mencionadas puedan beneficiarse de la exención arancelaria prevista en el Decreto 255 de 1992 el usuario deberá presentar modificación de la Licencia Anual ante el Comité de Importaciones.

## Artículos de grifería (8481)

Subpartida	8481.00.00.00
Gravamen con la UE	0% - 10%
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Unidades o artículos

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, marca, modelo, referencia, serial, uso o destino, tipo de válvula, presión y sistema de acondicionamiento).

La importación de las mercancías clasificables por esta partida por parte de las empresas dedicadas a la exploración, explotación, beneficio y transformación de minerales o petróleo o a la prestación de servicios técnicos vinculados con tales actividades, puede hacerse bajo el Sistema de Licencias Anuales abiertas, previo visto bueno previo del Ministerio de Minas y Energía para el sector petrolero y de Ingeominas para el sector minero, que se solicita a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior.

Además, cuando la importación esté sujeta a otros vistos buenos o autorizaciones previas, se debe acreditar su cumplimiento en el momento de solicitar autorización para el levante de las mercancías.

Las Licencias Anuales serán válidas para los despachos que se efectúen entre el 1° de enero y el treinta y uno de diciembre del año respectivo y deben ser presentadas dentro de los sesenta días anteriores al inicio del año para el cual se solicitan.

Al amparo del Licencia Anual no se permitirá la importación de bienes usados, imperfectos, reparados, reconstruidos, restaurados (refurbished), subestándar, remanufacturados, saldos, sobrantes o desperdicios.

Para que las empresas mencionadas puedan beneficiarse de la exención arancelaria prevista en el Decreto 255 de 1992 el usuario deberá presentar modificación de la Licencia Anual ante el Comité de Importaciones.

## Lámparas y tubos eléctricos de incandescencia o de descarga (8539)

Subpartida	8539.00.00.00
Gravamen con la UE	5%
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Unidades o artículos

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, marca, modelo, referencia, serial, uso o destino, tensión, potencia, tipo).

Para la importación de los productos clasificables por esta subpartida facturados o despachados desde el 1 de abril de 2010, se requiere el certificado de conformidad de producto con el Retilap, excepto cuando se importen para incorporarlos como parte integral de automotores, navíos, aeronaves, electrodomésticos, equipos de electromedicina y demás aparatos, máquinas y herramientas siempre que tales máquinas o herramientas no estén consideradas como instalaciones eléctricas especiales en el Retie o la NTC 2050 Primera Actualización.

Además, se exceptúan del cumplimiento del presente reglamento y por lo tanto de la demostración de la conformidad, los productos destinados exclusivamente a las siguientes aplicaciones:

- Material publicitario o muestras para ensayos de laboratorio, pruebas o estudios de mercados o que ingresen al país de manera ocasional para participar en ferias exposiciones, o que tengan intención por objeto promocionar mercancías, y equipos de uso personal autorizado por la SIC o su valor FOB no supere el monto establecido por la DIAN. Estas importaciones sólo podrá efectuarse por cada importador en la periodicidad determinada por la normatividad vigente.
- Donaciones, efectos personales o equipaje de viajeros, envíos de correspondencia, paquetes postales y envíos urgentes, según lo establecido por la DIAN.
- Productos para ensamble o maquila que se importen en desarrollo de los Sistemas Especiales de Importación-Exportación.
- Productos para las instalaciones de iluminación propias de: vehículos (automotores, trenes, barcos, navíos, aeronaves), equipos, electrodomésticos, máquinas y herramientas, siempre que el equipo, máquina o sistema no se clasifique como instalación especial, tal como ascensores, escaleras eléctricas, puentes grúas.
- Materias primas o componentes para la fabricación o repuestos de máquinas, aparatos, equipos u otros productos distintos a las instalaciones de iluminación y alumbrado objeto de este reglamento, a menos que otro reglamento les exija el cumplimiento de Retilap o la máquina o equipo sea una instalación clasificada como especial,
- Fuentes luminosas anti-insectos, aplicaciones medicinales, de investigación, fuentes de luz de radiación ultravioleta o infrarrojo y en general los productos destinados exclusivamente a aplicaciones distintas a la iluminación con propósitos visuales del ser humano.

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

Los importadores que se acojan a las anteriores exclusiones deben hacer explícita la destinación del producto y demostrar el cumplimiento de las condiciones de la exclusión ante las autoridades competentes con los medios de prueba legalmente aceptados que el importador debe conservar y presentar cuando le sean requeridos. Los certificados de productos para uso directo y exclusivo del importador se emiten de acuerdo con la Resolución 6050 de 1999 y sus modificaciones descritas en la Circular Única de la SIC.

La importación de algunas o todas las mercancías clasificables por esta subpartida puede estar sujeta a la solicitud y presentación de registro o licencia de importación de conformidad con el Decreto 925 de 2013, porque requieran el cumplimiento de Reglamento Técnico o por alguna otra circunstancia específica

### **Construcciones prefabricadas (9406)**

Subpartida	9403.00.00.00
Gravamen con la UE	15%
IVA	16%
Reg. De Importación	Libre importación
Unidad comercial	Unidades o artículos

Para la importación es necesario manifestar una serie de descripciones mínimas (producto, materia constitutiva, uso, marca, referencia). En general la importación de las mercancías clasificables por esta subpartida no está sujeta a requisito, permiso o autorización y, por lo tanto, no requiere registro o licencia de importación de conformidad con el Decreto 925 de 2013, excepto que por alguna circunstancia específica (por ejemplo: importación de saldos, de productos en condiciones especiales de mercado, de productos de especies amenazadas de flora o fauna, de prendas privativas de la Fuerza Pública) se convierta en obligatoria la presentación del registro o de licencia previa o solicitudes con exención de gravámenes arancelarios, las que utilicen el sistema de licencia anual o las importaciones destinadas a las Fuerzas Militares y a la Policía Nacional.

Para la importación de mercancías remanufacturadas establecidas en los acuerdos comerciales internacionales vigentes, no se requerirá licencia de importación, siempre que dichos acuerdos así lo contemplen y se cumplan las condiciones establecidas en los mismos.

Los productos en condiciones especiales de mercado están sujetos al Reglamento Técnico de etiquetado establecido con la Resolución 497 de 2013 de Mincit, vigente a partir del 26 de agosto de 2013.

## 9. PERSPECTIVAS DEL SECTOR

### Impactos del sector petrolero

El futuro del sector de la edificación en el año 2015 se muestra positivo, incluidos sus sectores encadenados. No obstante, la caída de los precios del petróleo a nivel mundial ha generado incertidumbre sobre el desempeño de la economía colombiana, debido a la importancia que tiene sobre las finanzas públicas y el impacto que puede tener sobre la estabilidad financiera del país y las consecuencias sobre los flujos de capital. En gráficos que relacionan el crecimiento del sector de la edificación en relación a los precios del petróleo se ejemplifica la relación entre ambas variables. Bajo este escenario, se evidencia una moderación en los niveles de crecimiento tanto en ventas como en lanzamientos, sin embargo, vale la pena resaltar que aunque con magnitudes menores las variaciones continúan siendo positivas para el año 2015, e incluso el volumen de unidades se ubicó por encima de la dinámica de largo plazo.

### Impacto de las políticas de vivienda

Para el periodo 2014-2018 el Gobierno Nacional ha anunciado las siguientes políticas:

- Continuidad del subsidio a la tasa de interés que beneficiará a 130 mil familias con ingresos bajos y medios.
- Prolongación de la segunda generación del programa de vivienda gratuita con el que se entregarán otras 100 mil viviendas con subsidio pleno.
- Ejecución de 86 mil viviendas para ahorradores – VIPA.
- Iniciación de 100 mil unidades habitacionales con un valor inferior a los 17 mil euros a través del programa “Mi casa ya” dirigido a los hogares de clase media quienes recibirán una subvención en la cuota inicial, así como el beneficio de tasa de interés en el crédito hipotecario.

Mediante esta política social se pretenden construir más de 400 mil viviendas sociales en el periodo 2014-2018. De este modo, Camacol prevé un crecimiento del PIB de la edificación del 10% anual.

Es importante destacar que el aporte de los programas de vivienda social anunciados sería del 3,8% adicional al crecimiento base del 4,1%; esto conllevaría que el número de ocupados en la construcción se ubique muy cercano a 1,5 millones de personas, es decir 3,4% más que los ocu-

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

pados del sector durante el 2014, manteniendo los niveles producción de cemento en cerca de 12,2 millones de toneladas y despachos 11,6 millones de toneladas de cemento durante el 2015.

En cuanto a las industrias de hierro y acero, uno de los principales insumos que se demanda en la construcción de edificaciones, se prevé que para el 2015 sus indicadores de producción, ventas y empleo mostrarán diferentes ritmos de crecimiento. La dinámica comercial podría expandirse al 6,1% anual, la producción al 7,7% y la ocupación al 0,1%.

### Impacto en los costos

Analizando los costos de construcción de vivienda nueva (ICCV), se encuentra que por el lado de la contratación de mano de obra y la adquisición de maquinaria y equipo, estos podrían experimentar un incremento del 5,6% anual durante 2015, mientras que los costos referentes a los materiales de construcción seguirían manteniéndose bajos y se incrementarán un 0,6%; de esta manera el ICCV total crecería a una tasa del 5,7%. En cuanto a las licencias de construcción, los resultados por segmentos están alienados y en terreno positivo. De esta manera, en 2015 los permisos de construcción para vivienda social crecerían al 19%, los de tipo No VIS al 10,6% anual, para un balance del 12,8% en el segmento residencial. En la construcción no residencial la dinámica ascendente seguiría estando presente pues se espera para este año un crecimiento del 25,6% anual.

En el 2015 se prevén unas ventas de vivienda nueva de 187.029 unidades, es decir, la dinámica comercial a nivel nacional podría ser 17,7% superior a lo registrado durante el 2014, crecimiento que estaría sustentado en el buen comportamiento de las ventas de viviendas del segmento VIS.

### Demanda de materiales de construcción

Sin duda, según los expertos, el 2015 será otro buen año para el sector de la construcción, la demanda de materiales que se utilizan para la producción de hormigón, asfalto y bases podrá crecer 21,6 %. De 3,5 millones de toneladas de materiales de construcción que demandó el sector en el año 2014, se subirá a 4,3 millones de toneladas en el 2015, según cálculos de Asogravas, la Asociación Colombiana de Productores de Agregados Pétreos, que integra empresas como Argos, Cemex, Mincivil, Ingeocc o Concivilies, entre otras.

La tendencia de la construcción en Colombia está enfocada hacia la sostenibilidad: materiales prefabricados, ahorro de energía, uso de la luz solar y sistemas de ventilación natural son conceptos que se consolidan en Colombia.

### Infraestructuras

En cuanto a infraestructura en Colombia, el otro componente de la construcción, está representada en las obras civiles, cuya participación promedio en el total del PIB sectorial durante el año corrido al tercer trimestre de 2014 es del 48%. Se trata de una rama que agrupa la construcción de carreteras, puertos, aeropuertos, ferrocarriles, entre otros y que al tercer trimestre de 2014 alcanzó un crecimiento acumulado del 18,4% anual. La cuarta generación de concesiones- conocida como el Programa 4G- es uno de los grandes avances del 2014 para el sector de infraestructura, ya que se logró a través de éste una inversión por 4.500 millones de euros en dicho año, lo que según la Agencia Nacional de Infraestructura (ANI) “permitirá al país desarrollarse aceleradamente

y ser más competitivo” al reducirse el llamado “costo Colombia”. Con lo anterior, el gobierno pretende que a través de las 4G se transformen 8.000 kilómetros de vías, de los cuales 1.200 serán de doble calzada para completar un total de 3.500 en el país, para ello se contempla una inversión total de más 18 mil millones de euros que generará más de 180 mil empleos directos durante la etapa de construcción. Dentro de los beneficios socioeconómicos se cuantifica un ahorro promedio en el tiempo de viaje del 30% versus un ahorro del 20% en el costo de operación vehicular, asimismo, se estima que las 4G tendrán un efecto multiplicador de 1,5% sobre el PIB total de la economía a partir del 2015, de manera que al utilizar toda la capacidad productiva de la economía se pueda alcanzar un crecimiento potencial entre 4,6% y 5,3%, cifra que podría ir acompañado de una reducción del 1% en la tasa de desempleo de largo plazo. Lo anterior, permitirá que entre 2015 y 2019 el crecimiento de las obras civiles sea del 11,3% en promedio, y que la productividad total de los factores pase de 0,8 a 1,23 para 2024.

### Conclusión

En conclusión, para 2015, el balance de aspectos positivos y negativos de la actividad se puede resumir en dos grandes elementos: en el lado positivo, los factores determinantes estarán asociados a la continuidad de programas de vivienda de interés social bajo esquemas de mercado, la permanencia del subsidio a la tasa de interés y un positivo dinamismo inercial que exhiben los destinos no residenciales; en el lado negativo hay que reconocer que los cambios en la política monetaria pueden reflejar aumentos, quizás mínimos, en el costo del crédito hipotecario. Por otro lado es destacable el descenso en el desempeño del sector minero energético como consecuencia de un menor volumen y una caída dramática en los precios internacionales del petróleo, la depreciación del peso y la expectativa por la normalización monetaria en Estados Unidos. No obstante, cabe resaltar que Colombia sigue manteniéndose dentro del ranking de los 5 países con mejor desempeño económico en América Latina.

De este modo, los programas de vivienda social y los destinos no residenciales serán las piezas claves, que permitirán que el PIB de edificaciones alcance un crecimiento del 9,7% anual durante el 2015. Comportamiento que irá acompañado del buen desempeño en materia de empleo, producción y despachos de cemento gris, los permisos de construcción, ventas de vivienda nueva, una estabilización en los precios de la vivienda y los proyectos de obras civiles en cabeza de las 4G.



# 10. OPORTUNIDADES

El sector de los materiales de la construcción es un sector maduro pero en el que, todavía existen oportunidades para las empresas españolas que quieran exportar o instalarse en el mismo, siempre y cuando tengan en cuenta que deben de disponer de mucha información previa, ser conscientes de la existencia de precios muy ajustados y de la gran competencia existente en productos con escasa diferenciación, así como del coste de aprendizaje que requiere un mercado como el de Colombia. La recomendación constante es la perseverancia y ser constante en la dedicación a la exportación en Colombia.

A continuación se muestran datos puntuales extraídos de las fuentes de información más reputadas del país, así como entrevistas realizadas a constructoras, estudios de arquitectura y empresas de materiales de construcción que dan una muestra de las oportunidades del sector en Colombia para el futuro próximo:

## Oportunidades del mercado colombiano:

- Con 13 acuerdos comerciales vigentes, Colombia cuenta con acceso preferencial a cerca de 1.500 millones de consumidores en mercados como Estados Unidos, Unión Europea, Brasil, México, Chile y Perú, entre otros. Esto sumado a su privilegiada ubicación geográfica convierte al país en una plataforma exportadora de gran potencial.
- Disponibilidad de 119.000 profesionales y técnicos graduados en el sector, con una oferta de capital humano muy calificado, existen 28 programas especializados en la formación de profesionales del sector de los materiales de construcción.
- Régimen de Zonas Franca: Colombia cuenta con incentivos atractivos para los inversionistas que se quieran establecer en Colombia, uno de ellos es la existencia de numerosas zonas francas que ofrecen grandes posibilidades ya que gozan de un impuesto sobre la renta del 15% y están libres de aranceles e impuestos y desde ellos se permite la venta al mercado nacional.

- Existen facilidades logísticas para el transporte de mercancía desde España a Colombia, si bien en el territorio colombiano el transporte se complica debido a las malas condiciones de las vías en el país. Existen más de 3.700 frecuencias marítimas con a precios más competitivos de flete en comparación con el de otros países de la región por lo que se puede utilizar a Colombia como plataforma logística para la exportación a otros países como Perú, Ecuador o Venezuela.

### Oportunidades sectoriales:

- El gobierno colombiano está impulsando el programa Mi Casa Ya, que busca animar la compra de vivienda social. Con este programa se espera ofrecer 100.000 viviendas con precios entre 45 millones y 87,9 millones de pesos, es decir, el tope VIS.
- Se ha palpado la existencia de grandes oportunidades en el sector de la edificación de centros comerciales. A continuación se muestran algunos proyectos para el periodo 2014-2017 segmentados por regiones, los cuales tendrán más de 100 locales comerciales, zonas de comida, zona bancaria, centros de servicios, cines, parqueaderos, entre otros:

**Cundinamarca:** El Edén - Bogotá: En Marzo del 2015 se inicia obra del centro comercial más grande de Colombia, tendrá 320.000 mt2 y se inaugurará en 2017. En el diseño interior del proyecto intervino la delegación española de la empresa Chapman Taylor, Micentro Funza , Plaza Mayor Bogotá, Nova Plaza Facatativá, Viva suba Bogotá.

**Antioquía:** Viva Envigado, Viva La Ceja y Viva Medellín.

**Valle del Cauca:** Guayacán Cali (También es Centro Hospitalario), Buga Plaza, Country Mall outlet corredor Cali – Jamundí, Marcas Mall Cali, Villa Nueva Plaza Cali, Pacific Mall Norte – Cali, Sagrada Familia – Oeste Cali, Portal de Oriente – Cali, Ciudad Paraíso – Centro Cali, Parque del Oeste – Cali, La Estación – Cali.

**Costa Caribe:** Zazue Plaza Santa Marta, Viva Barranquilla, Viva Riohacha, Viva Villavicencio, Megamall Valledupar, Plaza Bocagrande Cartagena.

**Otras ciudades intermedias:** Unicentro Valledupar, Unicentro Neiva, Unicentro Tunja (ampliación), Unicentro Ibagué (ampliación), Tennis Park Plaza Cúcuta, Gran Plaza Ipiales, Viva Cúcuta, Calima Popayán, Terraplaza Popayán, Éxito Popayán, Mall Plaza + Parque Arauca.

- Los centros empresariales y edificios de oficinas suponen una gran oportunidad, especialmente en las grandes ciudades de Colombia. Algunos proyectos que están en fase de proyecto o desarrollo son:

Centro empresarial Titan Plaza Bogotá, Centro empresarial Ventura Plaza en Cúcuta, Centro empresarial OBC Cúcuta, Centro Logístico empresarial El Portal – Bogotá, Centro empresarial Colpatria Bogotá, Oficinas 7 – Bogotá, Centro empresarial y comercial Baazar LA Flora – Cali, World Trade Center Cali.

## EL MERCADO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

- Uno de los sectores que mayor crecimiento va a tener en Colombia es el de la edificación comercial mediante franquicias. Algunas de las empresas que se embarcarán a su expansión en Colombia en los próximos años son:

La marca brasilera de chocolates Cacau Show, la cadena de restaurantes estadounidense Outback Steakhouse, Café Martínez de Argentina, Natural-Parrilla Gourmet de Uruguay, la mexicana Sushi Itto; Comess Group (firma española dueña de las marcas Lizarran, Cantina Mariachi, Pasta City, Rock&Ribs y China Boom); MasQMenos, restaurante-cafetería española; Trouville, pizzería y parrilla de Uruguay; Gelatiamo, sello español de helados; Dippin' Dots, cadena de heladerías estadounidense; entre otras.

- Se esperan grandes oportunidades en el sector hotelero, según algunas de las compañías hoteleras internacionales más importantes del sector están embarcando en Colombia y las que ya están instaladas en el país están desarrollando ambiciosos planes de expansión. Según datos de Cotelco serán 46 hoteles los que se inaugurarán entre 2015 y 2016, las zonas que más tendrán construcciones son Cartagena con 17, Bogotá con nueve y Barranquilla con la misma cantidad. Algunos de los proyectos en desarrollo por ciudades (2015-2017) son:

Bogotá: Grand Hyatt

Guajira: Hotel temático Wayúu

Medellín: Marriott International

Barranquilla: GHL Hoteles, Hotel Movich, Four Points Sheraton, Hilton Garden Inn, Hotel Bh, Diamond Premiun Barranquilla Hotel, Washington Plaza

Cartagena: Ibis en Marbella, Sheraton (Complejo Ocean Towers Bocagrande), Hyatt Regency en Bocagrande, Estelar Bocagrande, Obra Pía Getsemaní, Six Senses, en el Centro Histórico, Four Seasons, Hilton Conrad Karibana, sector Manzanilla del Mar, Radisson Ocean Pavillon Hotel en La Boquilla.

Santa Marta: Best Western Santa Marta Business Hotel, Casa Ujueta. En Taganga y alrededores crecen los hoteles boutique y hostales en las zonas rurales adyacentes al parque.

Cali: Spiwak II, Hilton, City Express, Marriott

Otras ciudades: Best Western de Puerto Gaitán en los llanos Orientales, Cúcuta, Armenia y Bucaramanga.

# 11 . INFORMACIÓN PRÁCTICA

## 1. INSTITUCIONES RELEVANTES

### Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio

Es la entidad pública de orden nacional responsable de formular, adoptar, dirigir, coordinar y ejecutar la política pública, planes y proyectos en materia de desarrollo territorial y urbano.

Dirección: Calle 18 No. 7-59 Teléfono: (57-1) 3323434

Página Web: [www.minvivienda.gov.co](http://www.minvivienda.gov.co)

### Ministerio de Transporte

Es una organización administrativa responsable de ordenar las actividades de infraestructura, el transporte y el tránsito en el país.

Dirección: Avenida el Dorado C.A.N. Ministerio de Transporte - Transversal 45 No. 47-14

Teléfono: (57-1) 4287054

Página Web: [www.mintransporte.gov.co](http://www.mintransporte.gov.co)

### Cámara Colombiana de la Construcción - CAMACOL

Asociación gremial de carácter nacional sin ánimo de lucro, que reúne a nivel nacional empresas y personas naturales relacionadas con la Cadena de Valor de la Construcción. Gracias a ella es posible conocer en profundidad las expectativas a corto plazo que tiene el sector, así como reglamentaciones técnicas y datos de los principales constructores locales.

Dirección: Calle 70 A No. 10 – 22

Teléfono: (57-1) 743 02 65

Página Web: [www.camacol.co](http://www.camacol.co)

### **Asociación Nacional de Industriales - ANDI**

Entidad sin ánimo de lucro que tiene como objetivo primordial difundir y propiciar los principios políticos económicos y sociales de un sano sistema de libre empresa, basado en la dignidad de la persona humana, en la democracia política, en la justicia social, en la propiedad privada y en la libertad

Dirección: Calle 73 No. 8 - 13 Torre A Piso 7

Teléfono: (57-1) 3268500

Página Web: [www.andi.com.co](http://www.andi.com.co)

### **Asociación Colombiana de Productores de Concreto Certificado - ASOCRETO**

Su objetivo es promover el buen uso del concreto, actualizar sobre sus nuevas tecnologías a las personas relacionadas con el sector de la construcción y propender por la buena imagen del sector.

Dirección: Calle 103 No. 15-80

Teléfono: (57-1) 6180018 - (57-1) 7560990

Página Web: [www.asocreto.org.co](http://www.asocreto.org.co)

### **Asociación Colombiana de Productores de Agregados Petreo**

Reúne a los principales productores de agregados pétreos del país.

Dirección: Carrera 17 N° 88-23 Of. 302

Teléfono: (57-1) 6212504 - (57-1) 6917493

Página web: [www.asogravas.org](http://www.asogravas.org)

### **Asociación Colombiana de Ingenieros**

Trabaja en función de la actualización y capacitación técnica de los profesionales en cada una de sus ramas.

Dirección: Calle 70 # 9-10 Bogotá, Colombia.

Teléfono: (57-1) 312 73 93

Página Web: [www.aciem.org](http://www.aciem.org)

### **Agencia Nacional de Infraestructura**

Tiene como objetivo planear, coordinar, estructurar, contratar, ejecutar, administrar y evaluar proyectos de concesiones y otras formas de Asociación Público Privada -APP, para el diseño, construcción, mantenimiento, operación, administración y/o explotación de la infraestructura pública de transporte en todos sus modos.

Dirección: Avenida el Dorado C.A.N. Ministerio de Transporte - Transversal 45 No. 47-14. Tercer piso

Teléfono: (57-1) 3791720

Página Web: [www.inco.gov.co](http://www.inco.gov.co)

### **Asociación Hotelera Colombiana (COTELCO)**

Institución representativa de la industria hotelera del país, cuenta con 20 capítulos regionales.

Dirección: Carrera 11 A N°69-79

Teléfono: (57-1) 7427766

Página Web: [www.cotelco.org](http://www.cotelco.org)

### **Sociedad Colombiana de Arquitectos**

Corporación civil sin ánimo de lucro, tiene por objeto agrupar a los arquitectos para fomentar el estudio, desarrollo y difusión de la arquitectura, preservar la ética profesional, orientar las relaciones de los arquitectos con el Estado y con la comunidad a la cual sirven y de los arquitectos entre ellos.

Dirección: Carrera 6N°26-85 piso 11

Teléfono: (57-1) 3509922

Página Web: [www.sociedadcolombianadearquitectos.org](http://www.sociedadcolombianadearquitectos.org)

### **Consejo Colombiano de Construcción Sostenible**

Organización que a nivel nacional, agrupa a todas las empresas, entidades y profesionales que trabajan para la transformación del sector de la construcción hacia la sostenibilidad. El CCCS es Miembro Pleno del Consejo Mundial de Construcción Sostenible WGBC.

Dirección: Carrera 7 N°74-56 Oficina 609

Teléfono: (57-1) 7430950

Página web: [www.cccs.org.co](http://www.cccs.org.co)

### **Cámara Colombiana de la Infraestructura**

Es una asociación integrada por empresas relacionadas con la cadena de valor de las obras de infraestructura, encargada de defender los intereses de éste grupo y velar por el crecimiento y fortalecimiento del sector.

Dirección: venida Calle 26 No 59-41/65. Piso 10

Teléfono: (57-1) 6053030

Página web: [www.infraestructura.org.co](http://www.infraestructura.org.co)

## 2. FERIAS DEL SECTOR

### **Expoconstrucción y Expodiseño**

Feria que se celebrara cada dos años y que trabaja para generar oportunidades de negocios y contactos cualificados entre compañías representativas del sector y sus potenciales compradores nacionales e internacionales.

Próxima edición se celebrará en Bogotá (Corferias) del 19 al 24 de Mayo de 2015.

<http://expoconstruccionyexpodisen.com/>

### **EXPOCAMACOL: Feria construcción y arquitectura Colombia**

Es la Feria internacional de la construcción, diseño y arquitectura de Colombia que se celebra cada 2 años en Plaza Mayor Centro de exposiciones de Medellín.

Próxima edición se celebrará en Medellín del 24 al 26 de Agosto de 2015.

<http://www.expocamacol.com/>

### **Construferia del Caribe en Barranquilla**

Es la feria especializada en Construcción, organizada anualmente por Camacol Regional Caribe, que convoca a las empresas regionales y nacionales a la exposición de sus productos y servicios, consolidando una completa oferta para las empresas y profesionales interesados en adquirir insumos para sus obras de construcción en Centro de Eventos Jumbo de Barranquilla.

Última edición se celebró del 23 al 26 Octubre del 2014 en Barranquilla.

<http://www.camacolcaribe.com/index.php/construferias>

### **Ekotectura**

La cuarta versión de la EKOEXPO es la vitrina perfecta para conocer los productos y materiales producidos con criterios de responsabilidad ambiental que actualmente ofrece la industria de la construcción.

Próxima edición se celebrará en Bogotá en 2016.

<http://www.ekotectura.com/>

## 3. PUBLICACIONES

Revista AXXIS: <http://revistaaxxis.com.co/>

Arquitectura Viva: <http://www.arquitecturaviva.com/>

DeArq: <http://dearq.uniandes.edu.co/>

Revista Arquitecto: <http://www.sociedadcolombianadearquitectos.org/site/RevistaArquitecto/>

Estrenar Vivienda: <http://www.estrenarvivienda.com/>

Revista Escala: <http://www.revistaescala.com/>

## 4. CULTURA EMPRESARIAL

### Consejos útiles a la hora de hacer negocios

1. Considere el potencial del mercado colombiano y no descarte realizar negocios por razones de inseguridad. Se trata de un país de renta media, con 48,3 millones de habitantes, que ha mantenido un crecimiento sostenido en los últimos años y con gran estabilidad política. Infórmese sobre el país y evite las ideas preconcebidas. La vida empresarial y comercial que se siguen en las principales ciudades colombianas es completamente normal.
2. Aproveche la cercanía cultural y empresarial. El contacto personal es importante, haga uso de las buenas relaciones existentes entre Colombia y España, y la simpatía que en general tienen los colombianos hacia nuestro país. Es fácil que el empresario colombiano le sorprenda por su seriedad y alta calificación.
3. Sea cuidadoso en la elección de su distribuidor o importador. Evite las empresas que se dedican a diversos sectores. Busque empresas especializadas y con amplia experiencia en el sector. 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. Las cartas de crédito y créditos documentarios se utilizan cada vez con mayor frecuencia en las operaciones internacionales.
4. No ceda sus derechos de marca ante el importador colombiano. Los registros de importación deben quedar a nombre de la empresa española, lo que resulta necesario para poder cambiar de importador en el futuro. En la medida de lo posible, proteja sus productos de falsificaciones y copias. La piratería es una práctica extendida en el mercado colombiano, especialmente en el sector editorial, musical, textil, cosméticos y accesorios de vehículos.
5. Plantéese la opción de invertir en el país. Aproveche los acuerdos arancelarios que ofrece el mercado colombiano frente a terceros países, la nueva legislación para atraer IDE (zonas francas uniempresariales, regímenes tributarios y comerciales especiales, etc) y la actual seguridad jurídica. Los costes laborales y de producción son bastantes menos elevados que los que tendría que asumir en otros países de renta media y alta. Utilice las numerosas facilidades y apoyos que están ofreciendo las instituciones de atracción de inversiones tanto de ámbito nacional como regional.



6. Utilice medios de pago seguros. En Colombia son ampliamente aceptados debido a la dificultad del mercado hace unos años. Utilizar letra de crédito, crédito documentario o seguro de crédito le evitará problemas de impagos y estafas.