**ADMINISTRACIÓN DE EXPORTACIONES**

**Exportación** tiene su origen en el vocablo latino exportatĭo y menciona a la **acción y efecto de exportar** (vender mercancías a otro [**país**](http://definicion.de/pais/)). La exportación también es el **conjunto de las mercancías o géneros que se exportan**. Por ejemplo: “La exportación china ha aumentado un 152% en la última década”, “El pequeño país caribeño necesita incrementar su exportación para equilibrar la balanza comercial”, “Mi tío trabaja en una empresa dedicada a la exportación de alimentos al mercado europeo”.

Puede decirse, por lo tanto, que una exportación es un [**bien**](http://definicion.de/bienes/) o [**servicio**](http://definicion.de/servicio) que es enviado a otra parte del mundo con fines comerciales. El envío puede concretarse por distintas vías de transporte, ya sea terrestre, marítimo o aéreo. Incluso puede tratarse de una exportación de servicios que no implique el envío de algo físico. Ese es el caso de quienes ofrecen su trabajo a través de [**Internet**](http://definicion.de/internet) y lo envían en formato digital (documentos de texto, imágenes, etc.).

Las exportaciones siempre hacen referencia al **tráfico legítimo de mercancías y servicios**. Por eso, las condiciones están regidas por las legislaciones del país emisor (el **exportador**) y del país receptor (el **importador**). Es habitual que las naciones incluyan distintas trabas a la importación para que no se perjudiquen los productores locales. Estas medidas, por supuesto, afectan a los países exportadores.

En el caso del comercio ilegal (como el **narcotráfico** o el **tráfico de armas**), no se considera que se trate de una exportación ya que se desarrolla fuera de cualquier marco legislativo y no está sujeto a reglas.

**Antes de Exportar**

|  |
| --- |
| Actitud emprendedora La principal característica del empresario es la actitud emprendedora y lo es más para el empresario exportador, quien está en todo momento consciente que los retos y los compromisos son aún mayores.  Muchas iniciativas de exportación se crean cada año, como también muchas desaparecen. Algunas exportadoras aprenden a descubrir, en su entorno, las señales que pronostican el cambio, porque sus componentes humanos no son ni estáticos ni rutinarios, sino que personas activas e innovadoras, cuyo máximo capital se sustenta en los conocimientos, en el aprendizaje de sus errores y en la capacidad de asumir riesgos.  El fomento de un espíritu intraemprendedor, que permita crear y desarrollar iniciativas nuevas, dentro de la propia empresa, parte de un principio sencillo y muy ligado a la condición de ser humano, como poseedor del impulso de crear, de mejorar o de reinventar. Así, la empresa exportadora no podría abstraerse de canalizar dichos impulsos en pos de innovaciones, que produzcan ganancias, otorgando libertad y flexibilidad para su desarrollo.  Qué cualidades y habilidades deben destacarse en las gerencias emprendedoras: Uno de los retos básicos que ha de afrontar la Alta Gerencia es la creación de una visión de futuro, que le permita actuar proactivamente frente a las señales que emanen del entorno y lograr una eficiente adaptación de la organización a ellas. Muchos textos señalan lo que es necesario hacer para lograr éxito en productividad, eficiencia, mercados u otros aspectos cuantitativos, pero raras veces se detienen a analizar, que para lograr aquello, no bastan tecnologías ni nuevas concepciones administrativas, puesto que a la postre todas ellas involucran decisiones tomadas por personas y para personas. En consecuencia si se desea lograr un acabado conocimiento de clientes, trabajadores y otros interlocutores involucrados en las decisiones de negocios, se requiere empezar por conocernos a nosotros mismos a través del reconocimiento de nuestras cualidades humanas como gerentes. Según John Hunt las habilidades y capacidades que deben tener los Directivos para desempeñarse adecuadamente son:   * Humanas: cualidades interpersonales * Técnicas: cualidades de conocimiento * Conceptuales: cualidades para la planificación, visión de futuro   La labor directiva, entonces no es solamente tener la capacidad técnica y conceptual de crear riqueza - misión de por si importante - sino que además tener la capacidad de crear oportunidades. El Management es, por lo tanto, una de las más nobles actividades del ser humano, puesto que dirigir, supone ayudar al desarrollo humano mediante el adecuado balance de las cualidades y capacidades antes señaladas.  Una cualidad adicional que debe poseer todo emprendedor es aquella que se relaciona con al adecuado equilibrio entre su pensamiento estratégico y su quehacer táctico.  Espíritu Emprendedor. ¿Por qué algunas personas logran más que otras? Porque tienen una verdadera actitud emprendedora, porque tienen un verdadero espíritu emprendedor.  Gestar nuestro destino es amar este mundo, buscando incesantemente tener una actitud positiva frente a la vida; es tener mente de triunfador, es saber que todo lo que nos proponemos lo podemos hacer; es tener metas a largo plazo, es tener valor de incursionar en lo desconocido, siempre con un reto en nuestras conquistas; es tener fuerte motivación hacia la acción, es ser soñadores perceptivos, ser responsables e independientes, ser capaces de automotivarse, calcular nuestros riesgos, ser tenaz y apasionado.  El verdadero Emprendedor arriesga, pero de una forma responsable, consciente de sus consecuencias y dispuesto en todo momento a afrontarlas.  El emprendedor dentro del negocio de exportaciones, debe tomar en cuenta entre otras recomendaciones, las siguientes:   * Ser directo y evitar confusiones en el momento de negociar * Cumplir con exactitud lo pactado: citas, tiempos de entrega, remisión de documentos, calidad del producto, cantidades, precio, tipo de empaque, etc. * Cuidar que las muestras que se remitan sean representativas del producto por exportar (no cometer el error de enviar las mejores piezas si éstas no representan realmente el conjunto que se exportará). * Manejar un buen grado de flexibilidad y rapidez en las decisiones. * Mantener una correcta comunicación dentro de la empresa, a manera que la atención a su cliente en el extranjero sea brindada por cualquiera de sus empleados en cualquier momento.  Preguntas que todo empresario debe responder ante su decisión de ser exportador  * ¿Está usted verdaderamente interesado en exportar? * ¿Considera la exportación como un compromiso serio de mediano o largo plazo? * ¿Tiene realmente dedicación para estudiar los mercados externos a fin de conocer las barreras arancelarias, regulaciones, comercialización, cambios en los gustos y preferencias del consumidor final, etc.? * ¿Cuenta con los recursos financieros para el proceso de negociación e inversión de producto inicial o bien con las opciones financieras de soporte?   Si en algún cuestionamiento ha titubeado en la respuesta, lo invitamos a analizar detenidamente su decisión, antes de entrar al mundo fascinante de la Exportación. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| |  | | --- | | [**Evaluación Del Potencial Exportador**](http://www.negociosgt.com/main.php?id=84&show_item=1&id_area=115) | | |  | | --- | | Es importante conocer las fortalezas y debilidades de su empresa, le permitirá ser más competitivo y entre otros le evitará cometer errores que toda empresa, con poca experiencia en exportar, es muy probable que los cometa. | | |  | |
| B. El Diseño en la Exportación1. Diseño del producto En el mercado internacional, además de competir con calidad y precio, es imperativo lograr una diferenciación de los productos, por ello el tema del diseño es un factor importante en la actividad de exportar.  Para lograr una buena aceptación del producto por parte del consumidor final, se deben considerar los siguientes aspectos:   * El producto debe satisfacer una necesidad específica del consumidor. * La apariencia del producto debe ser atractiva, utilizar correctamente los colores, texturas, etc. * El producto debe ser de mejor calidad con relación a otros productos similares.  2. Imagen del producto Una vez considerados los aspectos que se deben de tomar en cuenta para el diseño se requiere de una serie de elementos indispensables para complementarlo. Prácticamente es imposible comercializar de manera exitosa un producto que no posea aquellos elementos que lo identifiquen e informen de sus características y ventajas.   1. Marca comercial:   La marca comercial de un producto se puede comparar con el apellido que identifica a los miembros de una familia. Por ejemplo, una empresa produce jaleas, mayonesa y aceites los cuales se identifican en el mercado con una misma marca. La marca de un producto se irá fortaleciendo en el mercado con el tiempo y esta podrá ser sinónima de calidad, confianza, seguridad, etc.   1. Etiquetas y envases:   Los productos pueden identificarse con aspectos como su color, la forma del envase, su etiqueta en los cuales se pueden incluir elementos tan necesarios como:   * + Marca   + Nombre del producto   + Frases que resalten las cualidades y ventajas del producto   + Leyendas y textos legales tales como el nombre del fabricante, el país de origen, el contenido neto, ingredientes, etc.   + En algunos casos el producto no se puede ver físicamente a través de su envase o si se encuentra desarmado en el interior de éste, por lo que será necesario apoyarse con fotografías o ilustraciones que den la idea clara del producto y sus cualidades.  1. Manuales e instructivos:   Muchos productos tienen que ser complementados con manuales de uso o instructivos de armado o uso; ambos deben ser muy claros y en algunos casos deberá apoyarse con fotografías o ilustraciones. Debe considerarse a sí mismo la producción de los manuales e instructivos en el idioma de destino.   1. Catálogos de Productos:   Este elemento proyecta tanto la imagen de la empresa como de sus productos y funciona como un importante “representante” de la empresa. Su labor principal es enlazar a los productos de la empresa con los clientes. Se puede incluir información gráfica y textual detallando los productos: dimensiones, colores, funciones, ventajas, precios, condiciones de pago, etc.   1. Envase y Embalaje:   El envase y embalaje deben considerarse como parte integral del producto y que realizan las funciones de contener, envolver, proteger e identificar; el envase es el recipiente que está en contacto con el producto; en cambio el embalaje es el que facilita las operaciones de transporte y manejo de los productos envasados.  Para formarnos una mejor idea podemos ejemplificarlo de la siguiente manera: Si vamos a exportar conservas: El empaque es propiamente el frasco o recipiente que seleccionemos para que contenga las conservas y el embalaje serán las cajas donde coloquemos los frascos. Estas cajas pueden contener 12, 24, 50 o más frascos; lo que debemos buscar es la facilidad en el manejo para su transportación.  Las principales funciones tanto del envase como del embalaje son:   * + Exhibir el producto   + Permitir la conservación de los productos que contienen   + Proteger y permitir la manipulación, transporte y comercialización del producto.   + Orientar sobre las ventajas del producto.   + Reducir el desperdicio o daños al producto.   + Facilitar la separación, clasificación y selección de los productos.  3. Promoción y distribución del producto Al haber logrado la primera venta al exterior, el exportador debe determinar en cómo distribuir su producto de manera eficiente y permanente, sus ventas pueden estar dirigidas a las empresas del exterior que consumen sus productos directamente, pero también pueden ser que sus oportunidades comerciales se incrementan por medio de distribuidores autorizados que suelen tener un buen dominio de los mercados locales. Si se opta por esto último es necesario conocer la forma en que se realizan los negocios; puede adaptarse a las prácticas locales. Su experiencia local puede ayudarle a tomar una decisión acerca de la mejor manera para distribuir su producto.  En caso de nombrar representantes, es conveniente nombrar a los apropiados, debe tratar de protegerse lo más posible.  Cuál es la mejor manera de promover los productos a nivel internacional?  Las principales herramientas para promover los productos internacionales son:   * Publicidad: gratuita o pagada. * Visitas: incluyendo misiones comerciales. * Participación en ferias a nivel internacional. * A través de Internet y correo electrónico (en caso de Internet incluye página web y catálogo de los productos). * Muestras del producto. * Catálogos, donde se describa el producto, utilidad, uso, etc. * Empaque vistoso y de calidad que hablé del producto por sí solo. * Participar en el directorio de exportadores del país.  Canales de Distribución Los canales de venta y distribución varían dependiendo de los mercados. Agentes Las empresas pequeñas los contratan porque cuentan con experiencia en algún producto o empresa extranjera. Este obtiene sus ingresos a través de una comisión sobre el precio neto de exportación. Los agentes localizan las empresas en el extranjero que desean comprar los productos y colocan pedidos a nombre de la empresa compradora, sin invertir en compra del producto, envío, empaque ni ser los propietarios de los productos. Distribuidores Este adquiere la mercancía de un exportador, normalmente con descuento, y la vende en el mercado extranjero a cambio de una utilidad. Este proporciona a la empresa que vende apoyo y servicio. Usualmente el distribuidor no lo vende al usuario final. Las condiciones de pago y todos los arreglos entre la empresa y el distribuidor se deben determinar y plasmar en un contrato. Canales de Comercialización Se refiere a algunos minoristas, como comercios o cadenas de supermercados, poseen sus propios canales de compras. Mayoristas El mayorista compra al por mayor al exportador y organiza la distribución al detalle. Obtiene sus beneficios mediante un recargo al precio de compra. Venta directa al usuario final La exportación permite a una empresa vender directamente a un usuario final en un país en el extranjero. Para encontrar este tipo de comprador es necesario participar en ferias, publicaciones internacionales, recomendaciones personales. La empresa que vende se encarga del envío, cobranza, servicios post venta si fuera necesario y todas las facetas de la exportación.   |  | | --- | |  | | |  | | --- | | **C. Consideraciones a tomar en cuenta en la selección de los productos o servicios potencialmente exportables**  El desarrollo de un proyecto de exportación, implica que la empresa debe cerciorarse que está en condiciones de exportar, asimismo debe realizar un auto análisis de los productos, seleccionar un producto o una gama de ellos; analizar si una vez satisfecha la demanda del mercado local, puede responder a los requerimientos de sus posibles clientes extranjeros; en cuyo caso debe considerarse la exportación como un objetivo claro y permanente. En este punto el empresario debe responderse las siguientes cuestionamientos:   * Qué producto debe la compañía enviar al extranjero? * Qué tipo de necesidades en el extranjero va a cubrir nuestro producto? * Qué características tales como presentación, color, tamaño, empaque, marca y garantía debe tener el producto? * Posee nuestro producto la calidad requerida en el mercado de destino? * Es competitivo el precio en dicho mercado? * Se cuenta con la capacidad para cumplir con los volúmenes solicitados por el importador? * Estamos en capacidad de brindar el servicio postventa en caso necesario? * Podemos modificar los productos para cubrir una satisfacción determinada según los gustos de los compradores o las exigencias del mercado extranjero?   Hemos proporcionado a nuestros contactos en el extranjero la información adecuada acerca de los productos que pueden ser vendidos en dicho mercado?   * Conocemos nuestras ventajas comparativas con relación a otros productos (calidad, precio, marca, empaque y presentación, etc.) * Se cuenta con toda la información acerca del trámite de las patentes (protección legal) en caso fuera necesario?   Cuando la meta sea desarrollar exportaciones, es fundamental realizar una profunda investigación para determinar sí las características de calidad, presentación y empaque del producto le permitirán adaptarse a los nuevos mercados, conformando una estructura de precios competitivos, si no fuera así la empresa debe tener la disposición al cambio.  Para ingresar a un mercado en el extranjero se debe de tomar en cuenta ciertas modificaciones de acuerdo a las regulaciones de los gobiernos en destino, condiciones geográficas, el clima, gustos y preferencias de los compradores y estándares sociales. La compañía debe también modificar sus productos para facilitar su medio de embarque, así como también tomar en cuenta la construcción y el diseño de los productos.  Las regulaciones para productos extranjeros son comunes en todos los tratados comerciales internacionales. Estas regulaciones pueden tomar en cuenta tarifas arancelarias altas, excepción de tarifas así como también regulaciones o especificaciones especiales para determinados productos. Los gobiernos imponen estas regulaciones a:   * Productos de la industria local que son protegidos de la competencia de productos extranjeros. * Productos que van a dañar la salud de la población local. * Se obliga a los importadores a obedecer o acatar los controles que protegen el medio ambiente. * Proteger a la población local de la influencia cultural que se considere inapropiada.   Frecuentemente se hace necesario que la empresa adapte sus productos a manera que respondan a condiciones geográficas, el clima tanto como sea posible para el mejor aprovechamiento de los recursos. Factores tal como la topografía, humedad, etc. pueden afectar el comportamiento del producto o eventualmente definir su uso.  Las preferencias de los compradores en un mercado extranjero definitivamente influyen en la presentación de los mismos; podemos mencionar aquí situaciones como prácticas religiosas o el uso del tiempo ocioso; es posible que esto influya en la posibilidad de mercadear el producto.  El impacto social del producto tal como el gusto o el impacto visual puede ser también un factor crítico. Por ejemplo, los japoneses tienden a diseñar empaques muy elaborados y creativos para sus productos; de aquí que muchas empresas hayan tenido que rediseñar sus empaques que han sido destinados especialmente para este mercado. El estándar de vida de una población también determina si una compañía necesita modificar su producto. El nivel de ingresos, educación, entre otros, son algunos de los factores que influyen en la preferencia y aceptación a un producto extranjero. Si el país de destino tiene un desarrollo menor, posiblemente su tendencia sea hacia productos menos sofisticados. Ciertamente, productos de alta tecnología no podrán tener éxito en algunos países, no solamente por su costo, sino por su propia naturaleza. Por ejemplo, las máquinas industriales que vienen a sustituir la mano de obra humana podrá ocasionar conflicto con los empleados. Otro factor también puede ser que este tipo de producto necesitará cierto nivel de servicio de mantenimiento que no se acostumbra en ciertos países.  El potencial del mercado meta puede ser tan grande que justifique los costos directos e indirectos en la adaptación del producto. La empresa debe asumir los costos en los cuales se incurrirá, lo cual pueda ser bastante complicado. La decisión de adaptar un producto está basada particularmente en el grado de compromiso especifico con el mercado en el extranjero; una empresa con metas a corto plazo probablemente tendrá una perspectiva diferente a una empresa con metas a largo plazo. | | |
| |  | | --- | |  | |
| |  | | --- | | Plan de Marketing de exportación (PME) La mayoría de emprendedores no se inclinan a la planeación, debido a que la clasifican con una baja prioridad con respecto a los problemas del día a día. El 70% de todas las empresas en el mundo tienen un mal sistema de planificación, particularmente las PYMES. En las economías desarrolladas, la planificación no siempre es parte de la cultura local, cuando la visión de corto plazo puede conducir al oportunismo.  La planificación es la tarea principal de la administración –ahí donde la visión estratégica y los elementos operacionales se unen, y se traducen en acción. La administración sabe a donde debe ir compañía en el futuro, la gerencia conoce la compañía y es informada del estado del negocio de manera frecuente, a menudo a diario. La Gerencia es responsable de proveer recursos pero principalmente proveer la dirección (como las nuevas directivas de ISO postulan).  Sin embargo, la metodología de planificación debe ser una de las herramientas mas importantes de la gerencia.  Enfocándonos en los negocios internacionales, la planificación es un instrumento esencial, porque la estrategia e implementación están separados por una larga distancia. Estos productos están diseñados y fabricados en el país de origen, sus ventas  (post ventas, seguimiento) están ocurriendo en el exterior. Esta distancia puede conducir a errores. Cuando la distancia es grande, la administración no puede resolver problemas en el punto. Esto es simplemente muy lejano. Entonces la administración debe pensar hacia adelante, intentando prever que ocurrirá, que puede o no puede pasar para evitar tales errores. Los consumidores no esperan menos que esto. Un buen sistema de planificación es vital para las exportaciones.  Como se explico anteriormente, todos los instrumentos para hacer negocios en el exterior deben estar juntos, combinados en un “mix” que nos lleve a la óptima y efectiva salida de la compañía. Un plan de marketing de exportaciones hace apenas esto. También sirve para tener confiabilidad y un pronóstico en un largo periodo de tiempo y provee un costo estimado (y ganancias, cuando se calcula la viabilidad).  La característica llamativa de un PME es la secuencia cronológica de las actividades requeridas para preparar la empresa para la exportación. El propósito del plan de Marketing de exportaciones es:  * Tener todos los instrumentos de mercadeo relevantes junto e un “mix”  productivo * Dar la dirección para todas las actividades planificadas para tener un efecto óptimo. * Tener una estimación de cuando se deber realizar las actividades. Este calendario muestra la secuencia lógica. Lo mismo aplica para conocer  en que momento se tendrán resultados. Esto facilita una buena administración y la toma de decisiones; * Tener una Estimación cuándo van costar las actividades y el orden en que se debe tener dinero disponible si fuera necesario. * Estimar la viabilidad, deduciendo todos los costos de las ganancias para establecer si los resultados valen estos costos.  La función del plan es:  * Informar a todas las personas involucradas para alcanzar los objetivos de la operación de exportación; * Para darles las instrucciones especificas referente a cual será su contribución  en las actividades de  la exportación. * Proporcionar cierta justificación por el dinero que se invertirá en el proceso de exportación. Esta justificación tiene la intención de convencer a los directores y propietarios de la compañía.  El formato para el Plan de Marketing de Exportaciones (PME)  * El plan de marketing debe estar en forma escrita (Si utiliza un software para la planificación el plan de marketing de exportaciones debe estar incluido en él).  Partes del PME ser distribuido selectivamente dentro de la compañía y sus socios de negocios; * El plan debe ser corto, efectivo, exacto  y completo. No es un manual o una historieta. Básicamente, es un conjunto de instrucciones, respaldado por análisis y consideraciones lógicas.  Plan De Marketing de exportación: Contenido GeneralEstructura  1. **Información general**    1. Fortalezas y debilidades de la organización    2. Análisis corporativo obtenido de la [**auditoria de la empresa**](http://www.negociosgt.com/main.php?id=4&show_item=1&id_area=70)    3. Rendimiento actual    4. “Razones” (argumentos y consideraciones) para la toma de desición de internacionalizarse 2. **Match Producto / mercado (o combinación)**    1. Específicamente que producto se ha seleccionado para ser vendido en el mercado extranjero; incluyendo el motivo de la selección del producto y el mercado. 3. **Objetivos**    1. Objetivos de comercialización    2. Objetivos financieros (ganancia/contribución)    3. Calculo de viabilidad (1 a 3 años) 4. **Recursos**    1. Marketing mix (Instrumentos)    2. Soporte organizacional requerido.    3. Asistencia de otras empresas    4. Costo total 5. **Plan de acción**    1. Descripción de las tareas de la organización    2. Plan de proyecto y cronograma | |

**Exportaciones Colombianas**

Podemos establecer que se realizó una Exportación cuando se efectúa:

•  **La salida de mercancías del territorio Aduanero Nacional con destino a otro país**: Cuando enviamos mercancías que deben ser declaradas a través de la respectiva Aduana y existe un documento de soporte de la salida de estas mercancías.

•  **La salida de mercancías del territorio Aduanero Nacional a una Zona Franca Industrial de bienes y servicios.** Recordemos que las Zonas Francas tienen un Régimen Especial por lo tanto para efectos Tributarios, Cambiarios, Arancelarios, existen disposiciones especiales.

•  **Venta a Sociedades de Comercialización Internacional**: Cuando realizamos ventas de productos a través de las C.I. se consideran exportaciones, y el Productor en este caso es un Exportador Indirecto.

**Más Información**

http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg [**Estudio de mercado**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Estudio_mercado.asp)**:** El primer paso que todo Empresario debe tener en cuenta para poder realizar un proceso de Exportación es el Estudio de Mercado, este análisis le permite identificar las Oportunidades Comerciales que puede tener con su producto o servicio en los mercados Internacionales.

Se debe realizar una preselección de mercados de exportación, para lo cual debemos identificar los países a los que actualmente se están destinando las Exportaciones del producto, lo que permite identificar y evaluar los posibles demandantes del producto, es decir, su oferta y demanda internacional.

Luego de esto se efectúa la selección del mercado, deben analizarse todas las variables macroeconómicas y microeconómicas. Es necesario establecer los medios de transporte que se utilizan para el acceso de mercancías al país de estudio, de igual forma es importante conocer exactamente los requisitos sanitarios, normas técnicas, de marcado, de embalaje y demás exigencias del país de destino para la introducción de los productos.

Finalmente se debe emprender la búsqueda del cliente para concluir exitosamente el estudio de mercado.

http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg [**Registro nacional de exportadores**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/inscripcion_exportador.asp)**:** Actualmente la inscripción como exportador colombiano se realiza ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN, informes en la **línea gratuita nacional:** 01 8000 - 129080.

El Registro Nacional de Exportadores era un instrumento creado para el diseño de apoyo a las exportaciones, que permitía mantener información actualizada sobre las empresas exportadoras, competitividad de los productos colombianos en el exterior y comportamiento de los mercados entre otros.

**¿Donde debo acudir para gestionar el certificado de origen de mi producto en Colombia?**

Usted debe acudir al ministerio de comercio, industria y turismo de su ciudad o en la pagina de el ministerio [http://www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co/) o llamar a la Línea gratuita: 01 8000 913311 - Bogotá, Colombia. También Proexport de brindrá información en [www.proexport.com.co](http://www.proexport.com.co/) o teléfono (01) 900 33 10021.

**Beneficios para los exportadores**

•  La devolución de IVA por las exportaciones: La exención del Impuesto al valor agregado - IVA para los servicios prestados en Colombia y que se utilicen exclusivamente en el exterior por empresas sin negocios o actividades en Colombia; y para paquetes turísticos vendidos en el exterior por un agente autorizado por el Fondo de Promoción Turística de Colombia.(literal e artículo 481 del Estatuto Tributario). También están excluidos del IVA los servicios de educación y salud. La exportación de los demás servicios NO están exentos del IVA.

•  La no-aplicación de la retención en la fuente para los ingresos provenientes de exportaciones.

•  La exención del IVA para los servicios prestados en el país en desarrollo de un contrato de exportación de servicios demostrado en la forma que señala el decreto (2681), y que se utilicen exclusivamente en el exterior por empresas sin negocios o actividades en Colombia.

•  La aprobación de Sistemas Especiales de Importación-Exportacion. (Plan Vallejo)

•  La utilización de Programas Aduaneros Especiales y de regímenes para usuarios altamente exportadores.

•  La solicitud de determinación de Criterios de Origen para productos de exportación.

•  Acceder a los servicios prestados por las entidades de Comercio Exterior, entre estas Proexport y VUCE.

•  La posibilidad de otorgamiento de créditos Bancoldex.

La Inscripción en el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios así como la renovación o modificación de este, se puede realizar a través de la pagina Web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ( [www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co/)), este registro tiene una vigencia de un año al término del cual el exportador deberá renovar su inscripción para continuar gozando de las ventajas que este ofrece.

http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg [**Certificado de origen**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Certificado_origen.asp)**:** Colombia en desarrollo de diferentes negociaciones internacionales ha obtenido preferencias o beneficios arancelarios que le permiten al exportador ser más competitivo. Por tal motivo el ingreso de los productos colombianos a determinados países tienen un tratamiento preferencial. Para que el empresario colombiano tenga acceso a estas preferencias o beneficios arancelarios debe mostrar en el momento de ingreso de su producto, el **Certificado de Origen**.

El Certificado de Origen se presenta para cada exportación realizada, para obtenerlo, primero el productor debe contar con el **Criterio o Determinación de Origen**. El Criterio de Origen es un documento expedido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo quien es el que certifica el cumplimiento de los requisitos de origen exigidos en virtud de acuerdos el cual se debe anexar como prueba documental, en el momento de introducir los productos y tiene una vigencia de 1 o 2 años.

Este documento sirve al Ministerio de consulta y soporte para la investigación de prácticas desleales de comercio, tales como dumping o subvenciones, en la evaluación de las solicitudes de importación de licencia previa, en las negociaciones internacionales de comercio exterior, en los procesos de licitaciones del sector oficial y en la conceptualización de producción nacional para aquellos bienes que se benefician de las excenciones.

**¿Donde debo acudir para gestionar el Criterio de Origen de mi producto en Colombia?**

Usted debe acudir al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, más información en[http://www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co/) o llamar a la Línea gratuita: 018000 913311 - Bogotá, Colombia.

Dependiendo del esquema preferencial o acuerdo de que se trate, existen varios tipos de Criterios de Origen:

**•  FORMA A - SGP - Código: 250** :

* UNION EUROPEA: Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Gran Bretaña, Grecia, Holanda, Italia, Irlanda, Luxemburgo, Portugal, Suecia, Nueva Zelandia y Australia.
* Guadalupe, Martinica y Guyana Francesa.
* USA
* Canadá
* AELI : Noruega y Suiza
* EUROPA ORIENTAL: Bulgaria, República Checa, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Letonia, Lituania, Malta, Turquía, Chipre, Hungría, Polonia. (C.E.I. antes las URSS)
* Japón

**•  FORMA A - ATPA / ATPDEA - Código 251 :** En el marco de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas - ATPA / ATPDEA de los Estados Unidos.

•  Textiles. Unión Europea - **Código 252** : Certificado Origen para exportación de textiles Unión Europea. Para la exportación de productos textiles colombianos, que no cumplan con las normas de origen estipuladas en SGP.

•  ALADI - **Código: 255** COMUNIDAD ANDINA y ALADI (Países de Latinoamérica). ALADI. Resolución 252 - Comunidad Andina

•  G3 - **Código 256** GRUPO DE LOS TRES: Únicamente México.

**•  Código 257** PANAMÁ, Acuerdo Alcance Parcial con Panamá.

•  **Código 258** CHILE. Acuerdo de Complementación Económica con Chile.

**•  Código 259** CUBA. Acuerdo de Alcance Parcial con Cuba.

**•  Código 260** Terceros Países. Para las exportaciones de productos colombianos a países que no pertenecen al S.G.P., a la ALADI, o a la Comunidad Andina o para los productos que no estén negociados en otros Acuerdos firmados por Colombia. Este formulario no tiene un criterio de origen en especial, fuera de la certificación de que la mercancía es originaria de Colombia. Se utiliza únicamente para efectos administrativos y no sirve para reclamar una preferencia arancelaria.

**•  Código 271** Acuerdo de Alcance Parcial con Caricom.

**•  Código 273** Acuerdo de Alcance Parcial con Mercosur.

http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg [**Vistos Buenos**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Vistos.asp) **a los Exportadores:** La exportación de ciertos productos exige que el exportador se encuentre inscrito en la entidad encargada de su control y/o del otorgamiento del visto bueno, deberá entonces el exportador tramitar ante la autoridad correspondiente y obtener con anterioridad a la exportación los vistos buenos o requisitos especiales que de conformidad con las normas vigentes (circular 077 Mincomex) requiera su producto para ser exportado.

Las entidades autorizadas para expedir los vistos buenos dependiendo el tipo de producto son:

•  [**ICA**](http://www.ica.gov.co/)**:**Animales y plantas vivas- Productos de origen animal o vegetal sin procesar.

•  [**INVIMA**](http://www.invima.gov.co/)**:**Glándulas y Órganos de Origen Humano, productos farmacéuticos y de cosmetología, productos alimenticios.

•  **INPA (Instituto Nacional de Pesca y Agricultura):**Peces vivos y muertos.

•  [**MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE (CITES)**](http://www.minambiente.gov.co/)**:**Especies del Reino Animal y vegetal tropicales y especies en vía de extinción y sus subproductos.

http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg [**Trámites de aduana**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Tramites_aduana.asp): Según el Decreto 2685 de 1999, La Sociedad de Intermediación Aduanera (SIA) cuyo objeto social principal es el ejercicio de la intermediación aduanera, es la única que puede llenar las formalidades aduaneras cuando la exportación supera los US$ 2.000, si la cifra es menor el exportador podrá realizar directamente los trámites aduaneros o utilizar servicios expresos de transporte (ej. Fedex, DHL).

Para una exportación y obtener el DEX (Declaración de Exportación) se deberán adjuntar los siguientes documentos:

•  Factura Comercial

•  Lista de Empaque (si se requiere)

•  Registros Sanitarios o Vistos Buenos

•  Documento (Guía) de Transporte

•  Otros documentos exigidos para el producto a exportar.

Hay que tener en cuenta la importancia de las SIAs pues son quienes finalmente tienen la responsabilidad de que salida de la mercancía se lleve a cabo exitosamente, es así como se debe ser cuidadoso en la elección de la SIA para concluir satisfactoriamente con el proceso de exportación.

http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[**Reintegro de divisas**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Divisas.asp)**:** La exportación genera la obligación de reintegrar las divisas percibidas, es porque los exportadores de acuerdo con lo establecido en el régimen cambiario deberán efectuar la venta de las divisas a través de los intermediarios financieros autorizados por el Banco de la República, a saber: bancos comerciales y entidades financieras. Para ello el exportador deberá previamente diligenciar la declaración de cambio correspondiente y realizar la venta de las divisas a su intermediario cambiario.

Aunque el exportador tiene plena libertad para otorgar los plazos al comprador en el exterior, si el plazo supera los 12 meses contados a partir de la fecha de la declaración de exportación, deberá en este mismo periodo informar al Banco de la República.

[**GUIA EXPORTADORA COLOMBIANA**](http://www.productosdecolombia.com/main/Exporta.asp)

|  |  |
| --- | --- |
| [**¿Qué es Comercio Exterior?**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/comercio_exterior.asp) |  |
| [**Exportaciones**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Exportaciones.asp) | [**Arancel: Pautas para clasificar una mercancía**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Arancel.asp) |
| http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Estudio de mercado](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Estudio_mercado.asp) | http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Clases de arancel](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Clases_arancel.asp) |
| http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Registro nacional de exportadores](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/inscripcion_exportador.asp) | http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Estructura del sistema armonizado](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Estructura_arancel.asp) |
| http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Certificado de origen](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Certificado_origen.asp) | http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Partidas - Subpartidas arancelarias](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Partidas_arancel.asp) |
| http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Vistos buenos](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Vistos.asp) | http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Reglas generales interpretativas](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Reglas_arancel.asp) |
| http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Trámites de aduana](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Tramites_aduana.asp) |  |
| http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Reintegro de divisas](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Divisas.asp) |  |
|  |  |
| [**ALCA  Área de libre comercio de las Américas**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Alca.asp) | [**Plan Vallejo**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Plan_vallejo.asp) |
| http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Qué es el ALCA?](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Que_es_alca.asp) | http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Requisitos para acceder](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Requisitos_vallejo.asp) |
| http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Etapas de un Proceso de Integración](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Etapas_alca.asp) |  |
| http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Principios fundamentales del alca](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Principios_Alca.asp) | [**Zona Franca**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Zona_Franca.asp) |
| http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Colombia en el ALCA](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Colombia_alca.asp) | http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Clases de Zonas Francas](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Zona_Franca.asp#clases) |
|  | http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Incentivos Zonas Francas](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Zona_Franca.asp#incentivos) |
| [**Acuerdos y Tratados Comerciales**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Acuerdos_Preferencias_Arancelarias.asp) | http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Zonas Francas en Colombia](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Zona_Franca.asp#localizacion) |
| http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[ATPA y APTDEA](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Acuerdos_Preferencias_Arancelarias.asp) |  |
| http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[OMC- Organización Mundial del Comercio](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/OMC_Organizacion_Mundial_Comercio.asp) | [**TLC - Tratado de Libre Comercio**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/TLC_Que_es_Tratado_Libre_Comercio.asp) |
| http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[ALADI- Asociación Latinoamericana de Integración](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Aladi.asp) | http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Información básica del TLC](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/TLC_Que_es_Tratado_Libre_Comercio.asp) |
|  | http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Países con TLC con Colombia](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/TLC_Paises_Libre_Comercio_Colombia.asp) |
|  | http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Otros TLC](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/TLC_Nuevos_con_Colombia.asp) |
|  | http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Preguntas y Respuesta del TLC](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/TLC_Preguntas_Respuestas.asp) |
|  | http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Mecánica de Negociación del TLC](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/TLC_Mecanica_Negociacion.asp) |
| [**Glosario de Términos para Comercio**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Glosario_de_Terminos.asp) |  |
| [**Links de interés**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Links_interes.asp) |  |
|  |  |
| [COMERCIO EXTERIOR EN COLOMBIA](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Links_interes.asp#comercio) | [ORGANISMOS INTERNACIONALES](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Links_interes.asp#organismos) |
| [ECONOMIA](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Links_interes.asp#economia) | [OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Links_interes.asp#oportunidades) |
| [ESTADISTICAS DE COMERCIO](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Links_interes.asp#estadisticas) | [IMPORTADORES MUNDIALES](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Links_interes.asp#importadores) |
| [FERIAS INTERNACIONALES](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Links_interes.asp#ferias) |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| [**Incoterms**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Incoterms.asp) |  |  |  |  |
| http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Definición](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Definicion_incoterms.asp) | http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Grupo E](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Incoterms_e.asp) | http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Grupo F](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Incoterms_f.asp) | http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Grupo C](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Incoterms_c.asp) | http://www.productosdecolombia.com/images/18check.jpg[Grupo D](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Incoterms_d.asp) |
|  | [Ex Works](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Ex_works.asp) | [FCA](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/FCA.asp) | [CFR](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/CFR.asp) | [DAF](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/DAF.asp) |
|  |  | [FAS](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/FAS.asp) | [CIF](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/CIF.asp) | [DES](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/DES.asp) |
|  |  | [FOB](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/FOB.asp) | [CPT](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/CPT.asp) | [DEQ](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/DEQ.asp) |
|  |  |  | [CIP](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/CIP.asp) | [DDU](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/DDU.asp) |
| \* Fuente: www.proexport.com.co www.mincomercio.gov.co |  |  |  | [DDP](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/DDP.asp) |

|  |  |
| --- | --- |
| http://www.productosdecolombia.com/images/botones/catalogositemap.gif |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**Alimentos**](http://www.productosdecolombia.com/menu/ealimentos.asp) |  |
|  | [Pulpa de Fruta Congelada y Concentrado](http://www.productosdecolombia.com/PS_pulpa_fruta.asp) |
|  | [Panela Pulverizada](http://www.productosdecolombia.com/CD_Panela.asp) |

|  |  |
| --- | --- |
| [**Artesanías**](http://www.productosdecolombia.com/menu/earte.asp) |  |
|  | [Hamacas colombianas](http://www.productosdecolombia.com/HZ_Hamacas.asp) |
|  | [Hamacas artesanales hechas en telar manual](http://www.productosdecolombia.com/TT-Hamacas-Artesanales-colombianas.asp) |
|  | [Sombreros Vueltiaos Colombianos](http://www.productosdecolombia.com/Sombreros-Vueltiaos-Colombianos.asp) |
|  | [Bolsos y Sombreros en Caña flecha](http://www.productosdecolombia.com/artesanias.asp) |
|  | [Mochilas Wayuu hechas a mano](http://www.productosdecolombia.com/DA-Mochilas-Wayuu.asp) |
|  | [Réplicas / Reproducciones Precolombinas](http://www.productosdecolombia.com/HB_Replicas_Precolombinas.asp) |

|  |  |
| --- | --- |
| [**Construcción**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/exportaciones.asp) |  |
|  | [Concertinas, Alambre de seguridad perimetral](http://www.productosdecolombia.com/indconcertinas.asp) |
|  | [Inmunizantes y protección para Madera](http://www.productosdecolombia.com/GM_Inmunizante_Madera.asp) |

|  |  |
| --- | --- |
| [**Cuero**](http://www.productosdecolombia.com/menu/ecuero.asp) |  |
|  | [Bolsos y Carteras en Cuero Natural](http://www.productosdecolombia.com/Bolsos_TA.asp) |
|  | [Bolsos y Carteras en Tela y Cuero Natural](http://www.productosdecolombia.com/AD-Bolsos-Cuero-Tela.asp) |
|  | [Bolsos Wayuu en Cuero encerado](http://www.productosdecolombia.com/AD-Bolsos-Wayuu.asp) |
|  | [Collares y Brazaletes en Cueros naturales.](http://www.productosdecolombia.com/UA_Collares_Accesorios.asp) |
|  | [Bolsos y Maletines en Cuero Vaqueta](http://www.productosdecolombia.com/MC-Bolsos-Cuero-Vaqueta.asp) |
|  | [Bolsos y Maletines en Cuero Veganil](http://www.productosdecolombia.com/MC-Bolsos-Cuero-Veganil.asp) |

|  |  |
| --- | --- |
| [**Confecciones y Textiles**](http://www.productosdecolombia.com/menu/etextil.asp) |  |
|  | [Bikinis Línea Deja tu Huella](http://www.productosdecolombia.com/JM_Bikinis_Trikinis.asp) |
|  | [Bikinis y Trikinis, Línea Tayrona](http://www.productosdecolombia.com/JM-Bikinis-Colombia.asp) |
|  | [Bikinis y Trikinis, Línea Punta Roca](http://www.productosdecolombia.com/JM-Bikinis.asp) |
|  | [Bikinis colección Sublime](http://www.productosdecolombia.com/NS-Bikinis-Colombianos.asp) |
|  | [Bikinis, vestidos de baño de 2 piezas](http://www.productosdecolombia.com/NUI_Bikinis.asp) |
|  | [Fajas Reductoras colombianas Modeladoras](http://www.productosdecolombia.com/BD_Fajas_Reductoras.asp) |
|  | [Fajas para Hombre - Masculinas](http://www.productosdecolombia.com/AN-Fajas-Masculinas-Hombre.asp) |
|  | [Fajas Postquirúrgicas](http://www.productosdecolombia.com/BD-Fajas-Postquirurgicas.asp) |
|  | [Fajas Modeladoras colombianas en Negro y Beige](http://www.productosdecolombia.com/AN-Fajas-Moldeadoras.asp) |
|  | [Chalecos Reductores en Latex](http://www.productosdecolombia.com/AN-Chalecos-Latex.asp) |
|  | [Moda casual, Ropa para mujer](http://www.productosdecolombia.com/LO_Ropa_Femenina.asp) |
|  | [Ropa Interior Deportiva](http://www.productosdecolombia.com/BD-Ropa-Interior-Deportiva.asp) |
|  | [Panties y Tangas tipo hilo](http://www.productosdecolombia.com/DR-Panties-Tanga-Hilo.asp) |
|  | [Panties semihilo y Cacheteros, Ropa íntima](http://www.productosdecolombia.com/DR-Panty-Cacheteros.asp) |
|  | [Ropa Interior Femenina](http://www.productosdecolombia.com/MA_Ropa_Interior_Femenina.asp) |

|  |  |
| --- | --- |
| [**Decoración**](http://www.productosdecolombia.com/menu/edecoracion.asp) |  |
|  | [Réplicas y Figuras Precolombinas](http://www.productosdecolombia.com/HB_Replicas_Precolombinas.asp) |

|  |  |
| --- | --- |
| [**Flores y Rosas de Colombia**](http://www.productosdecolombia.com/menu/eflores.asp) |  |
|  | [Arreglos Florales](http://www.productosdecolombia.com/flores.asp) |
|  | [Tallos de Rosas Tipo exportación](http://www.productosdecolombia.com/independiente/Tienda_de_las_Rosas/flores_rosas.asp) |

|  |  |
| --- | --- |
| [**Joyería y Bisutería**](http://www.productosdecolombia.com/menu/ejoyeria.asp) |  |
|  | [Collares Pectorales con Chaquiras multicolor](http://www.productosdecolombia.com/AA-Collares-Pectorales-Chaquiras.asp) |
|  | [Collares con motivos del Carnaval de Barranquilla](http://www.productosdecolombia.com/AA-Collares-Carnaval-de-Barranquilla.asp) |
|  | [Bisutería, Pulseras y Aretes en semillas y Ambar](http://www.productosdecolombia.com/Bisuteria_RC.asp) |
|  | [Collares Artesanales en semillas, Tagua, Asahi, Bombona](http://www.productosdecolombia.com/Collares_RC.asp) |
|  | [Collares y Accesorios en Cueros naturales.](http://www.productosdecolombia.com/UA_Collares_Accesorios.asp) |
|  | [Collares y aretes en Tagua y semillas](http://www.productosdecolombia.com/CO_Collares.asp) |

|  |  |
| --- | --- |
| [**Madera**](http://www.productosdecolombia.com/menu/madera.asp) |  |
|  | [Inmunizante para Madera, protección contra hongos.](http://www.productosdecolombia.com/GM_Inmunizante_Madera.asp) |

|  |  |
| --- | --- |
| [**Metales y Ferretería**](http://www.productosdecolombia.com/menu/emetales.asp) |  |
|  | [Concertinas, Alambre de seguridad perimetral](http://www.productosdecolombia.com/indconcertinas.asp) |

|  |  |
| --- | --- |
| [**Salud y Belleza**](http://www.productosdecolombia.com/menu/salud_belleza.asp) |  |
|  | [Fajas Reductoras y Modeladoras](http://www.productosdecolombia.com/BD_Fajas_Reductoras.asp) |
|  | [Fajas Postquirúrgicas](http://www.productosdecolombia.com/BD-Fajas-Postquirurgicas.asp) |
|  | [Fajas y Bodies Reductores, línea de lujo](http://www.productosdecolombia.com/AN-Fajas-Reductoras.asp) |

|  |  |
| --- | --- |
| [**Servicios**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/exportaciones.asp) |  |
|  | [Educación - Colegios](http://www.productosdecolombia.com/menu/servicios/colegios-bogota.asp) |
|  | [Diseño Gráfico y Diseño de Paginas Web](http://www.productosdecolombia.com/menu/servicios/diseno-grafico-web.asp) |
|  | [Nutrición y Alimentos](http://www.productosdecolombia.com/menu/servicios/nutricion.asp) |
|  | [Mantenimiento de Transformadores eléctricos](http://www.productosdecolombia.com/menu/servicios/reparacion-mantenimiento-transformadores.asp) |
|  | [Odontología](http://www.productosdecolombia.com/menu/servicios/medicos-odontologicos.asp) |
|  | [Restaurantes y Heladerías](http://www.productosdecolombia.com/menu/servicios/heladerias.asp) |

|  |  |
| --- | --- |
| [**Anunciantes Productos**](http://www.productosdecolombia.com/main/guia/exportaciones.asp) |  |
|  | [Confecciones y Textiles](http://www.productosdecolombia.com/menu/publicidad-textiles.asp) |
|  | [Construcción](http://www.productosdecolombia.com/menu/publicidad-construccion.asp) |
|  | [Cuero](http://www.productosdecolombia.com/menu/publicidad-cuero.asp) |

Referencias Bibliográficas

Lee todo en: [Definición de exportación - Qué es, Significado y Concepto](http://definicion.de/exportacion/#ixzz2U3GJmZ8p) <http://definicion.de/exportacion/#ixzz2U3GJmZ8p>

<http://www.negociosgt.com/main.php?id_area=114>