

CÓMO HACER NEGOCIOS CON COLOMBIA 2016

1. RELACIONES BILATERALES CON CHILE

1. ACUERDOS Y/O TRATADOS COMERCIALES VIGENTES

La relación comercial entre Chile y Colombia está sustentada en una completa y moderna red de acuerdos que permiten tener reglas claras para la exportación e importación de bienes y servicios, la atracción de inversiones y el movimiento de personas, creando un ambiente propicio para la realización de negocios.

Dentro de los principales acuerdos que sustentan esta relación comercial, se encuentran los siguientes:

1. **TLC:** El actual Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Chile con Colombia, en vigencia desde mayo de 2009, permite que el 99% del total del comercio bilateral se encuentre libre de aranceles. Adicionalmente incorpora capítulos de servicios, inversiones y compras Públicas. En este último tema, fue el primer TLC negociado por Chile y un país de Sudamérica que incluyó el capítulo Compras Gubernamentales. Por otra parte, el tratado permitió mejorar todas las disciplinas comerciales, como por ejemplo, normas de origen, procedimientos aduaneros, facilitación del comercio, políticas de competencia, medidas sanitarias y fitosanitarias y obstáculos técnicos al comercio.¹
2. **Alianza del Pacífico:** Iniciativa de integración regional conformada por Chile, Colombia, México y Perú, creada el 28 de abril de 2011. A partir del 1 de mayo de 2016, entró en vigencia el Protocolo de la Alianza del Pacífico que permite que el 92% de los productos que se intercambien entre los países miembros del acuerdo: Chile, Colombia, México y Perú no pague aranceles aduaneros. El 8% restante lo hará en el corto y mediano plazo. De esta forma, en el año 2030 todos los productos deberían circular libremente entre los países. Para el caso de Chile que ya tiene un TLC bilateral, el TLC de la Alianza del Pacífico entrega nuevas ventajas, específicamente con la eliminación inmediata, en algunos casos y progresiva en otros, del arancel variable que se cobra a productos como las carnes y los lácteos, entre otros, protegidos por la franja andina de precios.

¹ DIRECON. Acuerdo de Libre Comercio Chile – Colombia. Extraído de:
<http://www.direcon.gob.cl/detalle-de-acuerdos/?idacuerdo=6271>

3. **Acuerdo para evitar la doble tributación:** Mediante este acuerdo la República de Chile y la República de Colombia, convinieron crear las reglas para evitar la doble imposición y para prevenir la evasión fiscal en relación a los impuestos a la renta y al patrimonio.²
4. **Convenio de Seguridad Social:** Este acuerdo permite reconocer a los trabajadores de las dos naciones los tiempos cotizados a pensión en sus respectivos países; igualmente, cubre a los trabajadores que estén o hayan estado cotizando a Sistemas de Seguridad Social en Chile o en Colombia, así como a sus familiares beneficiarios, sobrevivientes o a quienes se les traspasen los derechos.³

2. COMERCIO CON CHILE

Los acuerdos suscritos con Colombia han permitido incrementar de manera constante el comercio binacional durante los últimos años, convirtiéndose en una base sólida de integración.



Fuente: Sub Departamento de Información Comercial - Direcon

El comportamiento de las exportaciones de Chile al mercado colombiano se debe principalmente al mayor interés y conocimiento que han tenido las empresas chilenas de un mercado con una población de 48 millones de habitantes, con una economía que ha crecido a una tasa cercana al 4,5% durante los últimos 5 años y que como característica particular tiene múltiples polos de desarrollo; 1 ciudad con más de 8 millones de habitantes, 4 ciudades con más de 1 millón de habitantes y 27 ciudades de más de 150 mil habitantes.

² SII. Convenio entre Chile y Colombia. Disponible en: http://www.sii.cl/pagina/jurisprudencia/convenios/convenio_colombia.htm

³ Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Decreto 193. "Convenio de seguridad social entre la república de Chile y la república de Colombia". Ministerio de Relaciones Exteriores. Disponible en: <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=278854&idParte=0>

3. RANKING DE CHILE COMO PROVEEDOR A COLOMBIA DE:

- Manzanas : 1er puesto con una participación en las importaciones del 82%
- Vinos : 1er. Puesto con una participación en las importaciones del 54%
- Papeles y cartones multicapa : 1er. Puesto con una participación en las importaciones del 72%
- Pasta química de madera : 1er. Puesto con una participación en las importaciones del 51%
- Peras frescas : 1er. Puesto con una participación en las importaciones del 86%
- Mantas de fibras sintéticas : 1er. Puesto con una participación en las importaciones del 55%
- Filetes de Salmón : 1er. puesto con una participación en las importaciones del 94%
- Maderas de coníferas, aserradas : 1er. Puesto con una participación en las importaciones del 87%
- Duraznos en conserva : 1er. Puesto con una participación en las importaciones del 62%
- Avena : 1er. Puesto con una participación en las importaciones del 100%
- Preparaciones y conserv. de carne : 1er. Puesto con una participación en las importaciones del 83%
- Uvas secas : 1er. Puesto con una participación en las importaciones del 70%
- Celulosa : 1er. Puesto con una participación en las importaciones del 100%
- Tableros de madera : 1er. Puesto con una participación en las importaciones del 52%

4. OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA LOS PRODUCTOS CHILENOS (POR SECTOR)

Infraestructura: Colombia se convertirá durante los próximos años en uno de los principales generadores de obras de infraestructura a nivel mundial. Se tiene prevista la construcción de vías, a través de un proyecto denominado de Cuarta Generación, que cumplan con los estándares internacionales y que permitan mejorar la conectividad de los principales centros de producción con los puertos, para lo cual se contempla importantes inversiones bajo el esquema de Asociaciones Público Privadas (APP).

El programa de Cuarta Generación Cubre **8.000 km** y representa una inversión cercana a los \$47 billones de pesos colombianos (**US\$24.000, millones de dólares**) divididos en 40 proyectos. En total se estiman más de 1.370 km de doble calzada, 141 túneles con una extensión de 125 km y 1300 viaductos que totalizan más de 140 kilómetros.

Durante el 2015, se registró un avance en los procesos de construcción de 30 autopistas, de las 55 proyectadas, lo que representa una inversión de más de US\$ 11 mil millones; De estas autopistas, cinco ya están construyéndose y corresponden a la primera ola de 4G. Otras 20, de primera y segunda ola, avanzan en la etapa de pre-construcción (compra de predios y trámites para la licencia ambiental). Una vía más está contratada, otra en trámite de contratación y tres más (dos de ellas, de la tercera ola), en proceso licitatorio.

Adicional a los proyectos de Cuarta Generación, existen inversiones como la de US\$ 1.290 millones para el Plan de Impulso a la Productividad y el Empleo (PIPE) 2.0; la de US\$ 903 millones para vías terciarias y la de US\$ 710 millones que se ejecuta en 16 corredores viales. A esto se suman US\$ 806 millones para la recuperación de la navegabilidad del río Magdalena.

Vivienda: De acuerdo a lo indicado por la Cámara Colombiana de la Construcción – CAMACOL, se espera que durante el 2016, se registre un crecimiento del sector construcción del 9,7%, como resultado de estrategias de política pública como la implementación del proyecto denominado “Mi Casa Ya” y la construcción de viviendas con precios

entre US\$ 28 mil y US\$ 69 mil, toda vez que se contempla la asignación de 50.000 nuevos cupos de subsidios a la tasa de interés para la compra de viviendas, en ese rango de precios.

Importante resaltar la dinámica regional del sector construcción, el cual durante el 2015 (ene-ago) muestra una oferta vigorosa en la mayoría de los mercados grandes, como: Valle, Bolívar, Atlántico y Risaralda, donde el nivel de crecimiento supera el 100% respecto al mismo período del 2014. Por su parte, en el caso de los mercados intermedios el panorama es mixto, puesto que en las regiones de Boyacá, Huila, Caldas y Tolima se aprecian variaciones positivas, mientras que en Cúcuta, Nariño y Santander se nota una disminución en el dinamismo de la construcción.

Señalar además, que adicional al crecimiento que se producirá en el sector por el plan “Mi casa ya”, se suman las construcciones que se generen a partir del Plan Nacional de Infraestructura (470.000 metros cuadrados) y la estrategia del gobierno para el desarrollo del proyecto de edificaciones.

Sector Agropecuario y Agroindustria: El sector agropecuario colombiano está pasando por un momento muy especial, dado el compromiso que tiene el gobierno con su desarrollo.

Se espera que el crecimiento de este sector sea soportado en una gran demanda proveniente principalmente del mercado externo. Los datos que revela el Fondo Internacional para Desarrollo Agrícola –FIDA muestran cómo la producción de alimentos en países en desarrollo deberá duplicarse para el 2.050 debido al crecimiento del ingreso disponible de las economías emergentes, la mejora en la calidad de la dieta y el incremento en la población mundial, que alcanzará las 9.000 millones de personas.

Ante este contexto Colombia cuenta con una situación privilegiada para incrementar su producción agrícola, teniendo en cuenta que es uno de los siete países en Latinoamérica con mayor potencial para el desarrollo de áreas cultivables, según la FAO.

Entre 223 países en donde se evaluó el potencial de expansión del área agrícola, sin afectar el área del bosque natural, Colombia fue clasificada en el puesto 25. De los 22 millones de hectáreas cultivables que tiene el país, sólo están sembradas 4,8 de ellas. Si a estas cifras se les suma el gran potencial de la altillanura colombiana para desarrollos forestales y agrícolas estimado en 3,5 millones de hectáreas, el panorama es muy prometedor.

Según la FAO el 80% de la cantidad de alimentos nuevos que se requerirán para el 2050, deberán ser provistos por mayores productividades, es decir volver más eficiente el parque productivo del agro y sólo el 20% corresponderá a nuevas áreas. Este es un gran desafío para la transformación del sector productivo colombiano que deberá buscar: mejoras genéticas, tecnologías de punta, agricultura de precisión, automatización, desarrollo de núcleos, economías de escala, valor agregado y todo, con enfoque de mercado.

Los productos que de acuerdo a especialistas del sector tienen alto potencial de desarrollo son: aguacate (palta), piña, ají, tomates, mangos, cacao y palma de aceite.

De acuerdo a estimativos de la Sociedad de Agricultores de Colombia –SAG, en 2015 (ene-sept) el PIB agrícola creció un 2,9%, comparado con el mismo periodo del 2014. El crecimiento se atribuye al buen comportamiento de la producción cafetera que de enero a septiembre acumula un alza de 11.5% y de renglones pecuarios como porcicultura (11,8%) y avicultura de carne (6,0%). La SAG prevé un crecimiento del sector, para el 2015 del 2,5% y para el 2016 del 2,0%.

Servicios bancarios: Los establecimientos de crédito, nacionales y extranjeros, tuvieron resultados a julio de 2015 por US\$ 1.935 millones. El año pasado los mismos resultados acumulados a julio fueron de US\$ 1.438 millones, lo que equivale a un cambio positivo del 36%.

La Asociación de Bancos de Colombia – Asobancaria, estima que en este mercado hay 23 millones de personas con al menos un producto financiero. Aunque la bancarización en Colombia avanza a buen ritmo, entre 2008 y 2014 el porcentaje de población adulta dentro del sistema financiero pasó del 56% al 73%, solamente el 53% de los bancarizados hace uso activo de sus productos financieros.

El gobierno colombiano ha adoptado diferentes medidas que han dado lugar a la aparición de herramientas para acercar a los ciudadanos a la banca, como por ejemplo las cuentas de ahorro de trámite simplificado, las cuentas de ahorro electrónicas y las Sociedades Especializadas en Depósitos y Pagos Electrónicos

Biocombustibles: En Colombia ya hay más de 150 mil hectáreas cultivadas con caña de azúcar y palma africana para la producción de biocombustibles. Un estudio contratado por el Ministerio de Minas, financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y realizado por el Laboratorio Federal Suizo (EMPA), la Universidad Bolivariana y el Centro Nacional de Producción Más Limpia de Medellín encontró que el biodiesel y el etanol colombianos están entre los mejores del mundo. Además, Colombia cuenta con una capacidad instalada para producir 8 mil barriles diarios de etanol y 10 mil barriles diarios de biodiesel, tiene un gran potencial para convertirse en líder mundial en producción de biocombustibles⁴, sector en el cual Chile puede prestar servicios en diferentes etapas del proceso (logística, tercerización de procesos, asesorías ambientales, entre otros).

Industria forestal y madera: La industria maderera colombiana, transforma cerca de 6 millones de metros cúbicos de madera al año y genera, según Asomaderas, cerca de 90.000 empleos directos. Entre 1998 y el 2014 se pasó de 176.000 ha. plantadas, a cerca de 457.000 ha., cifras pequeñas para el potencial del mercado, el cual, según la Unidad de Planeación Rural Agropecuaria-UPRA, es de 7,2 millones de ha.; importante resaltar que cambios en la demanda como el uso del pino y eucalipto en sectores como el de pulpa y papel, tableros de madera e inmunización, y el uso de embalajes y estibas, elaborados en maderas cultivadas, generan una tendencia en el aumento de la reforestación lo que incide positivamente en la adquisición de bienes y servicios, adaptados a las características y necesidades del mercado.

2. PROCESO DE IMPORTACIÓN

1. ARANCELES DE IMPORTACIÓN

El gobierno colombiano ha adoptado decisiones que tienden a modernizar el aparato productivo y a la vez proteger a sectores que consideran que deben tener un tratamiento especial. En tal sentido destacamos dos aspectos:

⁴ <http://www.fedebiocombustibles.com/v3/nota-web-id-1347.htm>

Reforma al sistema arancelario: Durante el año 2010 efectuaron una reforma al sistema arancelario buscando reducir el promedio y la dispersión de las tarifas, y simplificar la administración aduanera, pero además contribuir a la competitividad del aparato productivo, estimulando la producción de la industria y el crecimiento del agro.

La mencionada reforma tuvo su primera etapa a finales de 2010 y el primer trimestre del 2011, dando como resultado una disminución de 3,7 en el arancel promedio, que bajó de 12,2% a 8,3%.

Negociación de Acuerdos Comerciales: Durante la última década Colombia adoptó una política de apertura al mundo a través de la negociación de acuerdos comerciales, buscando abrir oportunidades para sus productos y servicios, diversificar su canasta exportadora y el destino de las ventas que realizaban en el exterior.

Es así como actualmente tiene en vigencia acuerdos comerciales con: Canadá, Estados Unidos, México, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Cuba, Venezuela, Ecuador, Perú, Bolivia, Chile, Suiza, Liechtenstein y los países de la Unión Europea. Están suscritos, pero pendientes de ratificación parlamentaria, los acuerdos con: Corea, Costa Rica, Israel y Panamá y se están adelantando negociaciones para la firma de sendos TLC's con Turquía y con Japón.

El conjunto de acuerdos comerciales suscritos por Colombia, los que incluyen a sus principales socios comerciales, llevan a que las preferencias arancelarias dejen de ser el factor más relevante para un importador al buscar un producto, dándole mayor relevancia al valor agregado que les pueden ofrecer (ej.: tiempo de respuesta a las solicitudes, facilidades en la logística, compromiso con la promoción del producto, entre otras).

2. NORMATIVAS

Arancel de aduanas Decreto No 4927 de 2011⁵

3. CERTIFICACIONES

Dependiendo de los sectores o de los productos, el mercado puede recibir de mejor manera a aquellos que tengan algunas certificaciones. Encontramos que la HACCP se requiere de manera obligatoria y está ligada a las exportaciones que realiza Chile hacia este mercado.

Adicionalmente es importante tener presente que para exportar productos como carnes, o lácteos, entre otros, se requiere la aprobación de las plantas, trámite que se realiza ante el INVIMA www.invima.gov.co

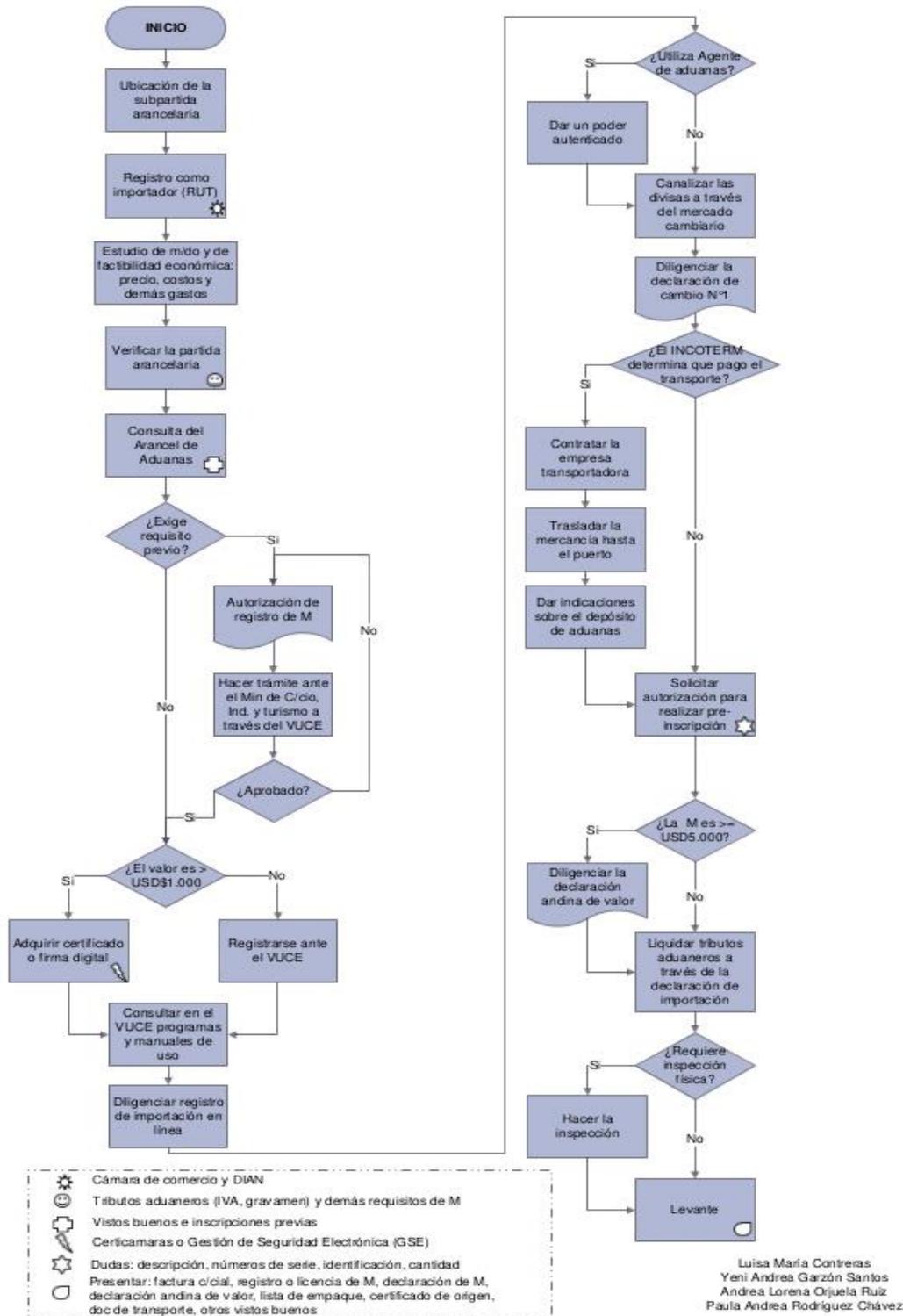
4. ETIQUETADOS

El rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos, bebidas y medicamentos que ingresen a Colombia, pueden ser revisados en el siguiente link de la entidad sanitaria colombiana (INVIMA). <https://www.invima.gov.co/buscador.html?searchword=etiquetado&searchphrase=all>

⁵ <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Decretos/2011/Documents/Diciembre/26/dec492726122011.pdf>

5. TRÁMITES ADUANEROS

FLUJOGRAMA IMPORTACIÓN A COLOMBIA



3. CLAVES PARA HACER NEGOCIOS

1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

El mercado colombiano tiene particularidades que lo hacen atractivo como destino de las exportaciones. Entre estas podemos mencionar:

- Tiene una población de más de 48 millones de habitantes.
- Un ingreso per cápita de US\$ 7.790, el cual ha aumentado un 9,3% durante los últimos 5 años.
- Está ubicado estratégicamente para llegar a mercados como el centroamericano e inclusive el sur de Estados Unidos.
- Si bien Bogotá es la ciudad de mayor número de habitantes (8 millones), cuenta con otras ciudades que tiene más de 1 millón de habitantes, como es el caso de Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga.

Además, del número de habitantes de dichas ciudades, cada una de ellas se ha convertido en el polo de desarrollo para las regiones en las que están presentes, especializándose en industria particulares. En el caso de Medellín, además de la industria textil, se ha convertido en un centro de servicios financieros. Cali, ubicada al occidente del país concentra a multinacionales de alimentos y de productos de aseo y en sus cercanías se desarrolló la industria azucarera y de producción de biocombustibles. Por su parte, Barranquilla ubicada en el norte del país, cuenta con industrias de químicos, grasas vegetales y aceites, productos farmacéuticos, cemento, entre otros.

2. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

- La población colombiana está conformada un 50,6% por mujeres y un 49,4% por hombres y de estos el 52,8% está entre los 20 y los 59 años.
- La población colombiana ha venido envejeciendo durante los últimos 60 años. Mientras en el año 1951 había 12 personas mayores de 60 años por cada 100 menores de 15, actualmente el país se acerca a 50 personas mayores de 60 años por cada 100 menores de 15.
- El número de personas que conforman una familia se ha reducido. Mientras los hogares crecen a una tasa del 2,5%, la población está creciendo al 1,5%.
- Hace 30 años los hogares colombianos destinaban la mitad de sus presupuestos para alimentos; hoy, ese porcentaje se ha reducido al 28%.

- Ese espacio lo han ganado renglones como la educación, el esparcimiento, el transporte y las comunicaciones.⁶
- Los consumidores colombianos están cambiando. Sin embargo, no a la velocidad requerida para asemejarse a los comportamientos que se registran en naciones desarrolladas, a pesar de esto, los consumidores colombianos se acogen a las tendencias mundiales, como por ejemplo: productos saludables, orgánicos, amigables con el medio ambiente, entre otros.
- Una característica relevante en el consumo colombiano es la expansión del rol de la mujer, lo que impulsa la adquisición de bienes de conveniencia; las mujeres colombianas han venido involucrándose de manera más activa en el mercado laboral y al mismo tiempo cumpliendo sus roles como madres y amas de casa. Con más roles que llenar y a pesar de la creciente participación de los hombres en el cuidado de la casa y los hijos, las mujeres se sienten restringidas de tiempo, aspecto que incide en las decisiones de compra de bienes para el hogar.
- En concordancia con lo anterior, para optimizar el tiempo, las personas hoy son más selectivas. Compran menos, pero más a menudo en las tiendas de barrio o de conveniencia, que crecen de forma acelerada. Además, los pequeños comercios de estaciones de servicio, cadenas de farmacias, tiendas de descuento y mini-mercados cubren esas necesidades del cliente las 24 horas del día durante los siete días de la semana.
- Las compras en línea están creciendo de manera sostenida, de acuerdo a un estudio de Visa y Euromonitor el año 2015 las ventas en tiendas virtuales alcanzaron los US\$3.100 millones, lo que representó un crecimiento de 18% en relación con el año 2014. Con esa tasa de crecimiento, se espera que el e-commerce supere los US\$5.000 millones en 2018. Estas cifras son especialmente interesantes en un mercado con una tasa de bancarización de 73% y con una penetración de internet en expansión.

3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO

Lo primero que tenemos que señalar, es que teniendo en cuenta la región del país en el que se encuentre el empresario las características del mismo varían. Sin embargo, a continuación se resaltan algunas características que podríamos considerar similares:

- Conocimiento del negocio: La ubicación estratégica de Colombia, ha favorecido entre muchos aspectos, la posibilidad de viajar de manera fácil a mercados líderes como el de Estados Unidos y Europa, lo que les ha entregado a los empresarios colombianos la posibilidad de conocer en la práctica nuevas tendencias y nuevos productos o servicios y adaptar esos conocimientos a sus negocios.
- Interés en la innovación: si bien está es una característica general a cualquier empresario de cualquier país, en el caso de Colombia destaca, puesto que la apertura al mundo es reciente y ha generado entre los empresarios locales la necesidad de competir con empresas multinacionales, lo cual los ha llevado a la búsqueda constante de elementos que apoyen su gestión.
- Procesos de decisión lentos: En general, el empresario colombiano es adverso al riesgo y ésta tal vez es una característica heredada de las muchas décadas en las que el mercado estuvo protegido del ingreso de productos extranjeros y que lleva a que las decisiones sean más lentas.

⁶ Fenalco, Rafael España,
<http://www.fenalco.com.co/contenido/2852/Los%20cambiantes%20h%C3%A1bitos%20del%20consumidor%20colombiano>

- Importancia de la relación personal: El empresario colombiano da una alta valoración a la relación personal para iniciar negocios y, en este sentido, el generar un buen *feeling* con su contraparte es un buen inicio.
- Altamente formal: en este aspecto recogemos características de forma que son relevantes para los empresarios como por ejemplo usar buenas maneras, darse el tiempo para hablar de temas diferentes al negocio, tener una presentación adecuada para la ocasión, atender con prontitud sus solicitudes, tener claridad en la posición que ocupa su contraparte en la empresa, entre otras.

4. ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

Teniendo en cuenta las características de este mercado (punto 1) consideramos que la estrategia a aplicar debe tener una mirada de mediano y largo plazo, que permita aprovechar las posibilidades que ofrece.

- En tal sentido, consideramos que la mejor opción es la de una estrategia basada en la diferenciación en el servicio, aspecto que es altamente valorado por las empresas locales, las cuales se están viendo enfrentadas a nuevos retos competitivos, lo que las lleva a pensar en socios estratégicos con los cuales crecer.
- Otra estrategia recomendable en este mercado es la de diversificar los importadores, debido a la conformación de las cadenas de distribución. Como se mencionó anteriormente Colombia se caracteriza por contar con múltiples polos de desarrollo, lo que en algunos casos hace necesario contar con importadores diferentes para cada región del país.
- En el caso de exportación de servicios, la estrategia más utilizada es la de asociarse con una empresa local, buscando reducir la curva de aprendizaje y aprovechar las red de contactos que ya existe. Por lo general, las empresas locales buscan a través de esta estrategia llegar también al mercado chileno, en un negocio gana-gana.

5. NORMAS DE PROTOCOLO EN REUNIONES DE NEGOCIOS

- Se dan diferencias en el trato personal entre las regiones. En las regiones del interior, especialmente en Bogotá, se debe ser muy formal.
- Se utiliza cierto tiempo en las presentaciones para mostrar respeto a la otra parte. Después de los saludos se hacen varias preguntas de cortesía acerca del viaje, la salud, referencias a personas amigas, etc.
- El único título profesional que se usa habitualmente es el de Doctor, se aplica a las personas que tienen un cierto estatus profesional aunque realmente no hayan obtenido ese título a nivel académico.

- El colombiano está muy abierto a hablar de cualquier tema. Incluso temas aparentemente conflictivos como las actuaciones de la guerrilla y otros pueden tratarse sin mayores problemas. Sin embargo, no es recomendable hacer comentarios sobre temas políticos locales.
- Durante las reuniones de negocios, se suele servir café colombiano denominado “tinto”. Conviene tomarlo y alabar su calidad ya que tiene fama de ser uno de los mejores del mundo.

4. INFORMACIÓN ADICIONAL

1. ORGANISMOS RELEVANTES

ENTIDADES DE GOBIERNO

BANCO DE LA REPÚBLICA	www.banrep.gov.co
COLOMBIA COMPRA	www.colombiacompra.gov.co
CORABASTOS	www.corabastos.com.co
DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS NACIONAL	www.dane.gov.co
DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION	www.fedesarrollo.org.co
DIRECCION DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES	www.dian.gov.co
INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO	www.ica.gov.co
INVIMA	www.invima.gov.co
MINISTERIO DE AGRICULTURA	www.minagricultura.gov.co
MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	www.mincit.gov.co
MINISTERIO DE TRANSPORTE	www.mintransporte.gov.co
MINISTERIO DE VIVIENDA, CIUDAD Y TERRITORIO	www.minvivienda.gov.co
MINISTERIO TIC	www.mintic.gov.co
PROCOLOMBIA	www.procolombia.co
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO	www.sic.gov.co

AGREMIACIONES

ACOSEMILLA	www.acosemillas.org
ASOCAÑA	www.asocana.org
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE SEMILLAS	www.acosemillas.org
ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIALES	www.andi.com.co
ASOHOFrucOL	www.asohofrucol.com.co
AUGURA	www.augura.com.co
CÁMARA COLOMBIANA DE LA CONSTRUCCIÓN	www.camacol.co
FEDEGAN	www.fedegan.org.co
FEDERACIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES	www.fenalco.com.co
FEDERACIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES	www.fenalco.com.co
FEDESARROLLO	www.fedesarrollo.org.co
SOCIEDAD DE AGRICULTORES DE COLOMBIA	www.sac.org.co

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

DIARIO EL TIEMPO
DIARIO LA REPUBLICA
DIARIO PORTAFOLIO
REVISTA SEMANA

www.eltiempo.com
www.larepublica.co
www.portafolio.co
www.semana.com

OTRAS ENTIDADES

CORFERIAS
CORPORACION COLOMBIA INTERNACIONAL

<http://corferias.com>
www.cci.org.co