

# CÓMO HACER NEGOCIOS CON COLOMBIA 2018

## 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 y Colombia, en vigencia desde mayo 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.<sup>1</sup>
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.

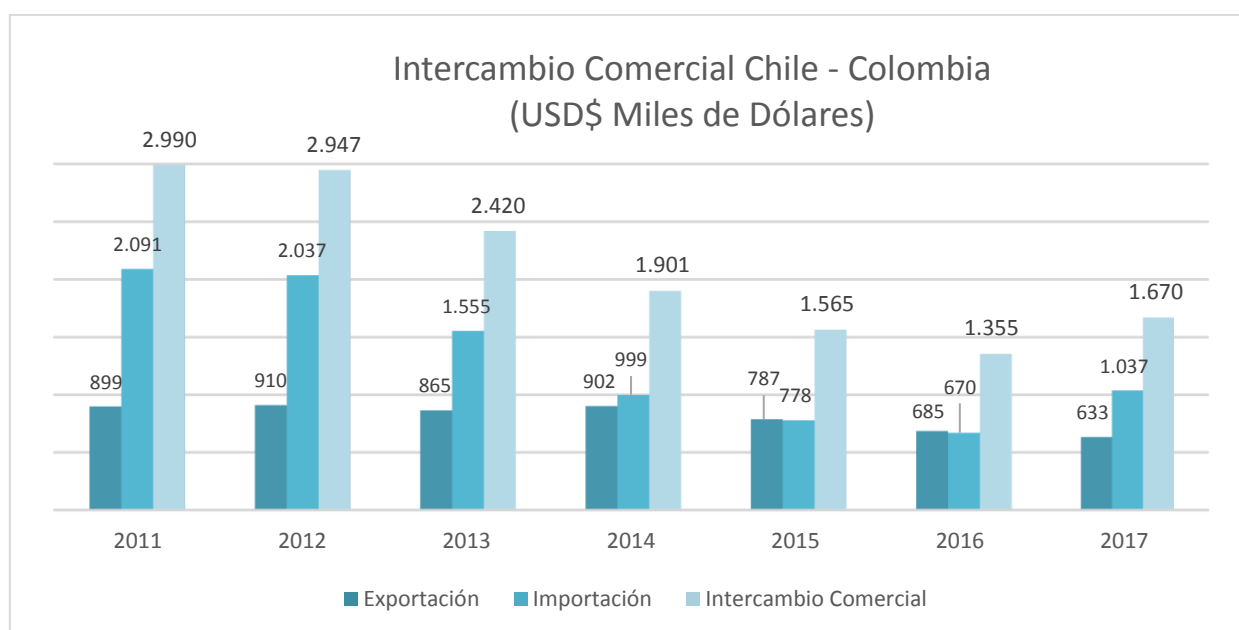
---

<sup>1</sup> 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.<sup>2</sup>
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.<sup>3</sup>

## 2. COMERCIO CON CHILE

Los acuerdos suscritos con Colombia se han convertido en una base para reducir los efectos que en materia comercial generan los cambios que se presentan en la economía mundial .



**Fuente: Sub Departamento de Información Comercial - Direcon**

El comercio entre Chile y Colombia durante el 2017, alcanzó la cifra de US\$ 1.670 millones, lo que representa un aumento del 25% con relación al mismo periodo del año anterior y ubica Chile en el puesto 10 de principales socios comerciales de Colombia.

Las exportaciones chilenas hacia Colombia están conformadas especialmente por manufacturas, las cuales representan el 39% del total exportado, seguido por productos agropecuarios con el 37%, industria forestal 15%, productos del mar 5% y vinos el 4%.

<sup>2</sup> SII. Convenio entre Chile y Colombia. Disponible en: [http://www.sii.cl/pagina/jurisprudencia/convenios/convenio\\_colombia.htm](http://www.sii.cl/pagina/jurisprudencia/convenios/convenio_colombia.htm)

<sup>3</sup> 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>

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 49,8 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.

### 3. RANKING DE CHILE COMO PROVEEDOR A COLOMBIA DE:

Los productos chilenos han ido adquiriendo con el paso del tiempo mayor relevancia en la canasta de consumo de los colombianos, alcanzando, en muchos casos, posiciones relevantes. Es así como nuestro país es el principal proveedor de productos como:

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

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

#### Alimentos

**Productos del Mar:** El consumo de pescado en Colombia viene registrado un fuerte crecimiento pasando de 1.7 a 3.7 kilos por persona / año, entre el 2000 y el 2016; hoy la cifra asciende a 6.7 Kilos por persona y el consumo interno, es del orden de 300.000 toneladas, de las cuales Colombia produce unas 120.000 toneladas y requiere efectuar importaciones por 180.000 toneladas, aproximadamente.

**Alimentos funcionales:** El mercado de los alimentos funcionales, es un negocio muy atractivo no solo por los efectos sobre la salud, sino por los márgenes de rentabilidad que maneja, los cuales pueden ser cercanos al 60%. Pese a que en Colombia aún no existe un mercado especializado, esta nueva tendencia del consumidor ha generado un cambio en la dinámica de la industria alimentaria colombiana, estimulando la creación de nuevos productos y tecnologías.

**Vinos:** Colombia no es la excepción al debilitamiento del consumo por parte de la clase media, como efecto del menor crecimiento de su economía; las modificaciones a la ley de vinos y licores que han generado un efecto negativo en el sector junto al debilitamiento de la moneda, han trasladado a los consumidores a productos de menor precio, por lo que a juicio de la Oficina Comercial se debe atacar este sector a través de promoción focalizada en Horeca con fuerte énfasis en la diferenciación.

## Servicios

**Banca:** En 2017 el sector financiero y de seguros registró un crecimiento del 3%, mientras que el PIB total creció un 1,8%, manteniéndose de esta forma como uno de los sectores que sustentan la economía colombiana. Si bien el crecimiento fue menor al logrado el año anterior (4,4%), los retos en materia de transformación digital se mantienen, teniendo en cuenta que de acuerdo a la firma Fintechlatam.net, en menos de una década, el número de usuarios de banca digital cobijará al 13,5% de la población de Colombia (unos 16 millones de personas), muy por encima del 3,9% actual. Estos retos van dirigidos a la regulación, la seguridad, la infraestructura digital, la misma educación financiera y al conocimiento profundo del nuevo perfil del cliente bancario, entre otros.

**Servicios universitarios:** La apertura que ha tenido la economía colombiana durante los últimos 10 años ha creado un ambiente profesional altamente competitivo, especialmente en sectores con altas perspectivas de desarrollo, a lo cual se suma la disminución en las tasas de interés para créditos de consumo, lo que crea un ambiente propicio para acceder a este tipo de servicios. La relevancia educacional de Chile para los estudiantes de postgrado colombianos se da por el idioma, la similitud cultural, el buen posicionamiento de las universidades chilenas en los rankings regionales, la amplitud de becas y la buena percepción de Chile.

**Servicios de Arquitectura, Ingeniería y Construcción:** De acuerdo a lo indicado por la Cámara Colombiana de la Construcción, el crecimiento del sector para el 2018 se estima en un 4,4%, sustentado en la construcción de las Viviendas de Interés Prioritario - VIP y 30 mil viviendas gratuitas que entrarían en construcción durante el primer semestre del año, así como por la inversión prevista de US\$284 millones por cuenta del Plan Nacional de Infraestructura Educativa - PNIE, todos proyectos que demandan, junto a las obras de 4ta generación, servicios de arquitectura, ingeniería y construcción. Por otra parte, la Alcaldía Mayor de Bogotá iniciará la implementación del Programa de Modernización de Infraestructura Hospitalaria, con una inversión de US\$ 535 millones, con los cuales se busca dotar a la principal ciudad del país de 5 hospitales de primer nivel.

## Industrias

**Industrias de la salud:** Colombia es un país dependiente de la importación de insumos médicos, con compras durante el 2017 por valor de US\$ 560 millones y las alteraciones de los últimos años en la tasa de cambio han influido en una caída de las importaciones especialmente de Estados Unidos (EE.UU.), país del que proviene el 35 % de la mercancía importada que abastece al sector salud nacional, lo que ha obligado a los importadores locales a buscar nuevas opciones de proveedor. En general el sector, se ha visto enfrentado a problemas reputacionales y de sostenibilidad financiera, además de cambios y desaceleraciones económicas, sin embargo las compañías locales muestran solides lo que les ha permitido mantenerse en el mercado. Esta situación ha llevado al sector a analizar las eficiencias a partir de factores, o sea qué tan eficiente es el sector salud, no solamente en EPS, IPS, servicios clínicos, entre otros, porque este sector va a tener que volverse super-eficiente. Como se señaló en el punto de Servicios de Arquitectura, Ingeniería y Construcción, una oportunidad específica está en la inversión que proyecta realizar la Alcaldía Mayor de Bogotá, en la Modernización de Infraestructura Hospitalaria, lo que redundará en la adquisición de las dotaciones para los nuevos hospitales que construirán.

**Agroindustria:** Colombia cuenta con gran potencial agroindustrial debido a la ubicación estratégica y condiciones de biodiversidad, sin embargo, el sector agrícola debido a largos años de conflicto armado tiene un retraso importante en todos los eslabones de producción, motivo por el cual productos y servicios que van desde la genética hasta los empaques tienen potencialidad en el mercado. En 2017 la economía creció 1,8% mientras el sector agropecuario creció 4,9%, este año el café decreció 1,7%, mientras los cultivos transitorios crecieron 8.1% y los permanentes lo hicieron al 8,9%. Hay que destacar el 41% de crecimiento de oleaginosas y 8,4% de los cereales. También es importante mencionar que durante el 2017 las frutas tuvieron un crecimiento de 8,8% y las hortalizas

crecieron alrededor de 7% y se espera que durante el 2018 se mantenga esa dinámica ya que la dieta de los colombianos demanda más estos productos.

**Cosméticos:** Para este producto, como tendencia de mercado podemos señalar que 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. Como resultado, las mujeres modernas han empezado a demandar soluciones convenientes, multifuncionales y más avanzadas para lidiar con las necesidades del cuidado personal, así como para reducir el tiempo promedio para realizar estas tareas. Sin embargo, basados en información de Euromonitor y Raddar, los hombres se perfilan como los consumidores de mayor potencial para la industria, la cual generó ventas durante el 2016 por valor de US\$4.400 millones y un estimado para el 2020 de US\$ 5.754 millones.

### Industrias Creativas

**Editorial:** El país vende más de 37 millones de libros al año, así lo da a conocer la Cámara Colombiana del Libro (CCL) en el informe de estadísticas del sector editorial. Este comportamiento evidencia que de los más de 37 millones de ejemplares, 14.962.657 corresponden al subsector didáctico, 14.599.268 al de interés general, 3.122.994 al profesional e universitario, y 5.204.281 al religioso.

De acuerdo a la Encuesta de Consumo Cultural (ECC), que realiza de manera bienal el Departamento de Administrativo Nacional de Estadísticas, en 2016, el 90,7 % de la población colombiana de 12 años y más que sabe leer y escribir afirmó leer en cualquier tipo de formato o soporte (impreso o digital), frente a 2014 cuando la proporción había sido 79,9 %. En 2016, el porcentaje de personas de 26 a 40 años que leyó libros fue 45,2 %, mientras que en el año 2014, el porcentaje había sido 44,7 %. Estas cifras muestran un comportamiento creciente de lectura lo que abre posibilidades para las editoriales.

**Narrativa gráfica:** Si bien existe registro de historietas locales desde 1924, el desarrollo de este tipo de ilustración ha sido esporádico y ha tenido poco éxito entre los potenciales consumidores (exceptuando algunas historietas realizadas en la década del 60, como "Copetin" y "Calarcá" debido, según el ilustrador argentino Daniel Rabanal, a la falta de apoyo institucional y los menores costos de las historietas importadas. Esta situación del mercado abre una posibilidad para el ingreso de productos como el chileno, país que tiene mayor tradición en materia de narrativa gráfica.

## 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:

**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
- Alianza del Pacífico (Chile, México, Perú)
- Unión Europea (Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Croacia, Dinamarca, España, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Finlandia, Francia, Gran Bretaña, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, República Checa, Rumania, Suecia.
- Triángulo del Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras)
- Cuba
- Venezuela
- Comunidad Andina (Ecuador, Perú y Bolivia)
- Corea del Sur
- Costa Rica
- EFTA (Suiza, Liechtenstein, Noruega e Islandia)
- CARICOM (Comunidad del Caribe)

Están suscritos, pero pendientes de ratificación parlamentaria, los acuerdos con:

- Israel
- Panamá

Se están adelantando negociaciones para la firma de sendos TLC's con:

- Turquía
- Japón
- Alianza del Pacífico, donde se está negociando la entrada de candidatos a estados asociados, los cuales son Australia, Canadá, Nueva Zelanda y Singapur.

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 2011 <sup>4</sup> |
| ALC Chile-Colombia           | Ley 1189 de 2008 <sup>5</sup>        |
| TLC Alianza de Pacífico      | Ley 1721 de 2014 <sup>6</sup>        |
| Sistema de Franja de Precios | Decisión 371 <sup>7</sup>            |
| Importación de Muestras      | Resolución 785 de 2013 <sup>8</sup>  |
| Registro Sanitario           | Resolución 719 de 2015 <sup>9</sup>  |

## 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](http://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. TRÁMITES ADUANEROS

El ingreso de bienes de procedencia extranjera al territorio aduanero colombiano, así como la introducción de mercancías procedentes de Zona Franca Industrial de Bienes y de Servicios, al resto del territorio aduanero nacional son consideradas como importaciones y requieren efectuar un proceso que incluye aspectos sanitarios, cambios logísticos y aduaneros para obtener la libre disponibilidad del producto. En el gráfico siguiente, realizamos una descripción de procedimiento aduanero que se debe cumplir para efectuar la nacionalización de la mercancía.

---

<sup>4</sup> <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Decretos/2011/Documents/Diciembre/26/dec492726122011.pdf>

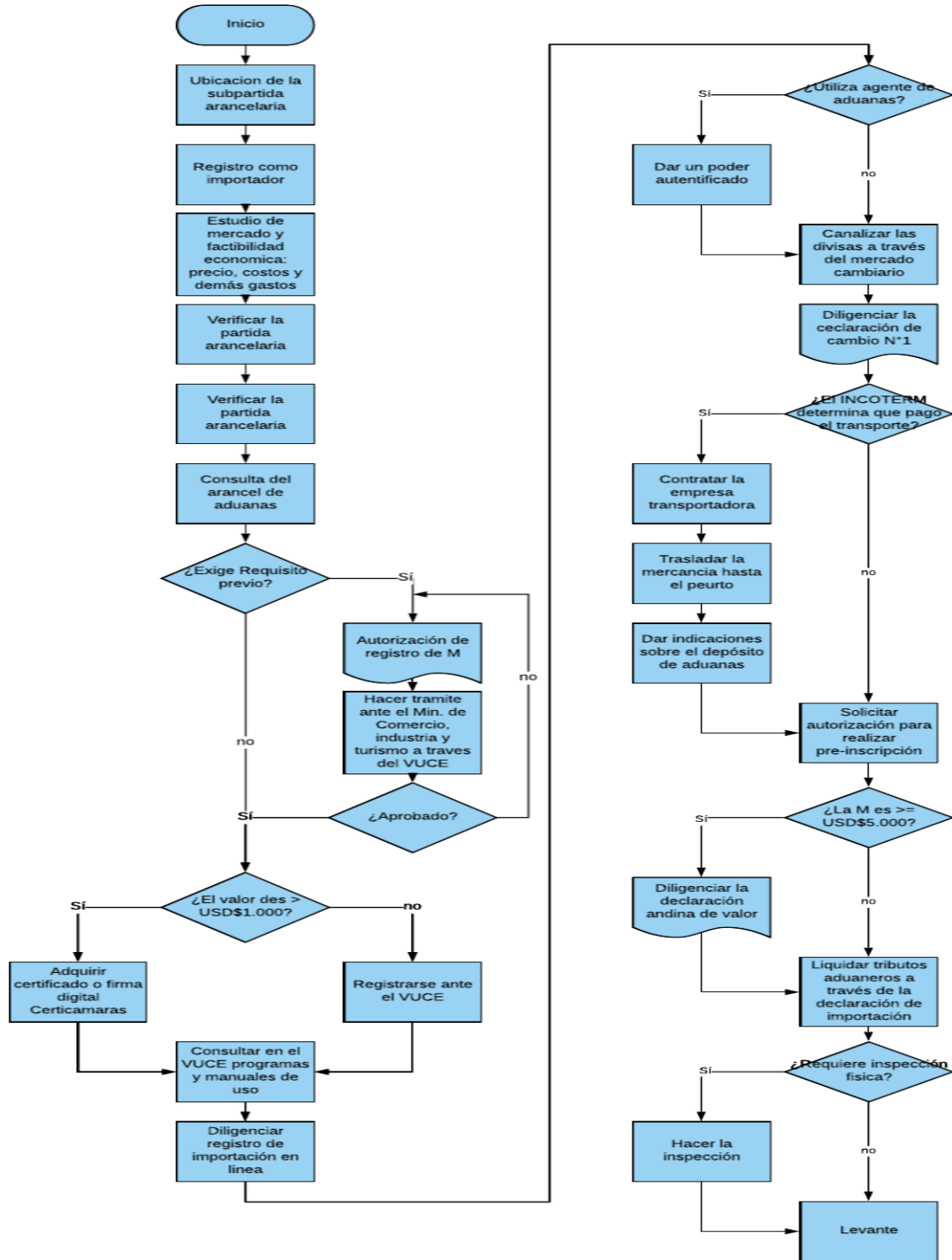
<sup>5</sup> <http://www.mincit.gov.co/tlc/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=61906&name=Ley-1189-2008.pdf&prefijo=file>

<sup>6</sup> <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/LEY%201721%20DEL%2027%20DE%20JUNIO%20DE%202014.pdf>

<sup>7</sup> [www.minagricultura.gov.co/atencion-ciudadano/preguntas-frecuentes/Paginas/Sistema-Andino-de-Franja-de-Precios.aspx](http://www.minagricultura.gov.co/atencion-ciudadano/preguntas-frecuentes/Paginas/Sistema-Andino-de-Franja-de-Precios.aspx)

<sup>8</sup> <https://www.invima.gov.co/images/pdf/higiene-domestica/resoluciones/Resolucion%20785%20del%2019%20de%20marzo%20de%202013.pdf>

<sup>9</sup> [https://www.invima.gov.co/images/pdf/documentos\\_tramite/Alimentos/Resolucion\\_719\\_PDF.pdf](https://www.invima.gov.co/images/pdf/documentos_tramite/Alimentos/Resolucion_719_PDF.pdf)





# 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 49,8 millones de habitantes.
- El ingreso per cápita fue de US\$ 6.306, para el 2017, lo que representó un aumento del 6,7% frente al año anterior.
- Está ubicado estratégicamente para llegar a mercados como el centroamericano e inclusive el sur de Estados Unidos. Desde Bogotá a Miami se llega en 3 horas y 30 min, a Ciudad de México en 4 horas y 30 min. y a New York, 5 horas.
- 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 y 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%.
- El porcentaje de hogares pobres era del 52 % a comienzos de siglo y hoy está en alrededor del 28 % y la informalidad laboral ha bajado del 60 al 47 %, al tiempo que la cobertura de la seguridad social en salud cobija al 95 % de la población.
- Hace 30 años los hogares colombianos destinaban la mitad de sus presupuestos para alimentos; hoy, ese porcentaje se ha reducido al 28%.

- 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.
- Con un crecimiento de 17 puntos porcentuales en penetración durante el 2017, los *hard discount* o tiendas de descuento, se han convertido en el modelo de negocio más exitoso, esto debido a la contracción económica y a la apertura de nuevos puntos de venta. Además de la penetración en ventas, la frecuencia de compra también tuvo el mismo comportamiento al aumentar en 27%, cerrando el año con 26 visitas (por hogar), es decir, al menos dos por mes. Aunque las tiendas de barrio, las grandes cadenas y los independientes mantienen su alta penetración con 96%, 81% y 72%, respectivamente, las tiendas de descuentos les han ganado terreno en cuanto al volumen de ventas<sup>10</sup>.
- Las compras en línea están creciendo de manera sostenida y durante el primer semestre de 2017 creció 26% frente al mismo período del año anterior, al movilizar US\$8 mil millones en operaciones económicas en línea. Del total de transacciones digitales entre enero y junio de 2017, US\$2,5 mil millones corresponden a comercio electrónico y US\$6,1 mil millones a recaudo digital. Esto representa un incremento de 17% en la primera categoría y de 30% en la segunda

### 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. Adicional a este aspecto, la conectividad (24 millones de colombianos que tiene acceso a internet), y la disponibilidad de centros de formación de primer nivel, han generado un ambiente propicio para que profesionales altamente capacitados apoyen el desarrollo de negocios.

---

<sup>10</sup>[www.larepublica.co/empresas/ocho-de-cada-10-hogares-colombianos-compran-en-las-tiendas-de-hard-discount-2705843](http://www.larepublica.co/empresas/ocho-de-cada-10-hogares-colombianos-compran-en-las-tiendas-de-hard-discount-2705843)

- **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 verticales:** 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 requieran mayor tiempo de análisis.
- **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

Para el caso colombiano la estrategia de negociación debe estar basada en la generación de confianza con el interlocutor, lo que requiere a su vez la dedicación del tiempo necesaria para lograrla. Si bien, la diversidad cultural que existe en Colombia no permite describir un modelo único de estrategia para el mercado, en general podemos señalar que esta debe plantearse como un esfuerzo conjunto, mostrando interés por cooperar, de tal forma que el ejecutivo colombiano abra la posibilidad del dialogo.

#### 5. ESTRATEGIAS PARA ENTRAR AL MERCADO

- **Visualizar este mercado como una oportunidad de mediano y largo plazo:** Nos referimos a la necesidad de tomarse el tiempo para realizar un análisis previo de las características macroeconómicas, sociales y políticas y aspectos más ligados al producto o servicio ofrecido, como los aspectos legales, la competencia, el consumidor, la logística, el canal de distribución, etc. Si bien Colombia es un mercado que a primera vista tiene similitudes con el mercado chileno al tener un modelo económico parecido y características como una clase media en crecimiento y formas de consumo similares, al profundizar se empiezan a descubrir aspectos muy diferentes que inciden en el desarrollo de los negocios. El análisis previo que señalamos debe ser corroborado a través de visitas al mercado que incluyan reuniones con entidades públicas, con empresas distribuidoras y/o clientes finales, de tal forma que como resultado se establezca el marketing mix más adecuado.
- **Optimizar los tiempos de ingreso a través de alianzas con empresa locales:** En el caso de exportación de servicios, la estrategia más utilizada es la de asociarse con una empresa local, lo cual también puede ser aplicado para el caso de bienes. Con esta estrategia se busca reducir el tiempo de aprendizaje y aprovechar las redes de contactos que ya tiene el aliado local. Es importante resaltar que en caso de aplicar esta estrategia, es relevante conocer con el mayor detalle posible al posible socio local, para evitar posteriormente riesgos reputacionales.

- **Entender que el mercado ofrece oportunidades para empresas de diferentes tamaños de producción:** Como se mencionó en el punto de “Características del Mercado”, Colombia tiene importantes centros urbanos con poblaciones que oscilan entre el millón de habitantes y los 8 millones de habitantes, pero adicionalmente cuenta con al menos 25 ciudades con poblaciones entre los 750.000 habitantes y el millón de habitantes, lo que hace posible que existan oportunidades de negocios para compañías chilenas que tengan diferentes niveles de producción. En este caso el reto para nuestras empresas es el de determinar el nicho de mercado al cual quieren llegar y buscar el canal de comercialización adecuado.
- **Crear canales de comercialización que permitan llegar a diferentes clientes:** 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 ciudades relevantes en cada región del territorio, lo que en algunos casos hace necesario contar con importadores/distribuidores diferentes para cada zona del país.

## 6. 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                          | <a href="http://www.banrep.gov.co">www.banrep.gov.co</a>                 |
| COLOMBIA COMPRA                                | <a href="http://www.colombiacompra.gov.co">www.colombiacompra.gov.co</a> |
| CORABASTOS                                     | <a href="http://www.corabastos.com.co">www.corabastos.com.co</a>         |
| DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS NACIONAL | <a href="http://www.dane.gov.co">www.dane.gov.co</a>                     |
| DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN            | <a href="http://www.fedesarrollo.org.co">www.fedesarrollo.org.co</a>     |
| DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES    | <a href="http://www.dian.gov.co">www.dian.gov.co</a>                     |
| INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO              | <a href="http://www.ica.gov.co">www.ica.gov.co</a>                       |
| INVIMA   | <a href="http://www.invima.gov.co">www.invima.gov.co</a>                 |
| MINISTERIO DE AGRICULTURA                      | <a href="http://www.minagricultura.gov.co">www.minagricultura.gov.co</a> |
| MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO    | <a href="http://www.mincit.gov.co">www.mincit.gov.co</a>                 |
| MINISTERIO DE TRANSPORTE                       | <a href="http://www.mintransporte.gov.co">www.mintransporte.gov.co</a>   |
| MINISTERIO DE VIVIENDA, CIUDAD Y TERRITORIO    | <a href="http://www.minvivienda.gov.co">www.minvivienda.gov.co</a>       |
| MINISTERIO TIC                                 | <a href="http://www.mintic.gov.co">www.mintic.gov.co</a>                 |
| PROCOLOMBIA                                    | <a href="http://www.procolombia.co">www.procolombia.co</a>               |
| SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO       | <a href="http://www.sic.gov.co">www.sic.gov.co</a>                       |

### AGREMIACIONES

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| ACOSEMILLA                           | <a href="http://www.acosemillas.org">www.acosemillas.org</a>         |
| ASOCAÑA                              | <a href="http://www.asocana.org">www.asocana.org</a>                 |
| ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE SEMILLAS    | <a href="http://www.acosemillas.org">www.acosemillas.org</a>         |
| ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIALES  | <a href="http://www.andi.com.co">www.andi.com.co</a>                 |
| ASOHOFrucOL                          | <a href="http://www.asohofrucol.com.co">www.asohofrucol.com.co</a>   |
| AUGURA                               | <a href="http://www.augura.com.co">www.augura.com.co</a>             |
| CÁMARA COLOMBIANA DE LA CONSTRUCCIÓN | <a href="http://www.camacol.co">www.camacol.co</a>                   |
| FEDEGAN                              | <a href="http://www.fedegan.org.co">www.fedegan.org.co</a>           |
| FEDERACIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES  | <a href="http://www.fenalco.com.co">www.fenalco.com.co</a>           |
| FEDERACIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES  | <a href="http://www.fenalco.com.co">www.fenalco.com.co</a>           |
| FEDESARROLLO                         | <a href="http://www.fedesarrollo.org.co">www.fedesarrollo.org.co</a> |
| SOCIEDAD DE AGRICULTORES DE COLOMBIA | <a href="http://www.sac.org.co">www.sac.org.co</a>                   |

### MEDIOS DE COMUNICACIÓN

|                     |  |
|---------------------|--|
| DIARIO EL TIEMPO    | <a href="http://www.eltiempo.com">www.eltiempo.com</a>     |
| DIARIO LA REPUBLICA | <a href="http://www.larepublica.co">www.larepublica.co</a> |
| DIARIO PORTAFOLIO   | <a href="http://www.portafolio.co">www.portafolio.co</a>   |

REVISTA SEMANA

[www.semana.com](http://www.semana.com)

#### OTRAS ENTIDADES

CORFERIAS

<http://corferias.com>

CORPORACION COLOMBIA INTERNACIONAL

[www.cci.org.co](http://www.cci.org.co)

## 2. FERIAS COMERCIALES INTERNACIONALES A REALIZARSE EN EL MERCADO

FERIA INTERNACIONAL DE LIBRO DE BOGOTÁ

[www.feriadellibro.com](http://www.feriadellibro.com)

ALIMENTEC

[www.feriaalimentec.com](http://www.feriaalimentec.com)

EXPOAGROFUTURO 2018

[www.expoagrofuturo.com](http://www.expoagrofuturo.com)

FERIA INTERNACIONAL DE BOGOTÁ

[www.feriainternacional.com](http://www.feriainternacional.com)

FERIA BELLEZA Y SALUD

[www.feriabellezaysalud.com](http://www.feriabellezaysalud.com)

ARTBO

[www.artbo.co](http://www.artbo.co)