



ESTUDIOS
DE MERCADO

2018



El mercado de la Alimentación en Colombia

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Bogotá

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



26 de julio de 2018
Bogotá

Este estudio ha sido realizado por
José Fernández Robles

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Bogotá.

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 060-18-042-8

Índice

1.	Resumen ejecutivo	5
2.	Definición del sector	7
3.	Oferta – Análisis de competidores	11
3.1	Producción local	11
3.2	Comercio exterior: análisis de las importaciones y exportaciones	13
4.	Demanda	24
4.1	Factores sociodemográficos	24
4.2	Factores económicos	29
4.3	Distribución de la renta disponible	32
4.4	Tendencias sociopolíticas	35
4.5	Tendencias culturales	37
4.6	Tendencias legislativas	39
5.	Precios	41
5.1	Índice de precios al consumo	41
5.2	Aranceles	43
5.2.1.	Aranceles variables	43
5.3	Logística	45
5.4	Comportamiento del tipo de cambio EUR / Peso colombiano y Términos de Intercambio	46
6.	Percepción del producto español	48
7.	Canales de distribución	51
7.1	Ranking de cadenas por canal	53
7.2	Principales cadenas de distribución	56
7.3	Tendencias de la distribución y dinámica de compra	58
7.4	Infraestructura logística y transporte de carga en Colombia	61
8.	Acceso al mercado - barreras	66
8.1	Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y Colombia	66
8.2	Impuestos: IVA y otros especiales	67
8.3	Requisitos comerciales y técnicos	68
9.	Perspectivas del sector	72
10.	Oportunidades	76
10.1	Tendencias en el sector de alimentación	78

icex



11. Información práctica	79
12. Características de productos específicos	83
12.1 Productos cárnicos	83
12.1.1. Carne porcina	84
12.1.2. Carne de pollo	85
12.1.3. Carne bovina	85
12.1.4. Procedimiento para la importación de productos cárnicos y lácteos	86
12.2 Aceite	88
12.3 Vinos	89
12.4 Nota aclaratoria sobre la harina fortificada	93
13. Bibliografía	94

icex

1. Resumen ejecutivo

El sector agropecuario en Colombia es uno de los más importantes de la economía, aportando a final del año 2017 cerca del 10% del PIB, cifra que comprende tanto actividades primarias como manufactureras. Téngase en cuenta, que después de los productos minero-energéticos, los productos agroalimentarios representan las principales exportaciones de Colombia.

El presente estudio presta especial atención a aquellos productos de mayor producción española y para los que el mercado colombiano presenta oportunidades, dada en la mayoría de los casos la baja o inexistente **oferta y producción local**: aceite, aceitunas, productos cárnicos y embutidos, conservas de pescado, quesos y vinos.

Si se observa la **demand**a destaca la inequidad tanto regional como poblacional que caracteriza la economía colombiana. Así pues, Bogotá concentra en torno al 22% de la población total de Colombia y sólo la ciudad participó en 2016 con el 25,71% del PIB nacional. Respecto a la disparidad económica de los habitantes, en 2016 un total del 72% de los colombianos vivía en los tres estratos más bajos y tan solo 16% de la población era clasificada dentro de los estratos 5 y 6. La diversidad racial y cultural también es una particularidad del pueblo colombiano. El país es reconocido como pluricultural y multilingüe, dada la existencia de 87 etnias indígenas, 64 lenguas amerindias y una diversidad de dialectos que se agrupan en 13 familias lingüísticas.

En lo que a **precios** se refiere, cabe destacar la inflación, que a finales del primer trimestre de 2018, se situó en el 3,14%, el mejor nivel observado desde septiembre de 2014, situándose cerca de la meta de inflación a largo plazo del 3%. Entre los factores que explican esta reducción de la inflación destacan la desaparición del efecto del aumento de IVA y otros impuestos indirectos efectuados a comienzos del año y, en segundo lugar, la apreciación del peso desde mediados de 2016. En cuanto a los aranceles a las importaciones, el promedio está en el 6,64% (en 2016, según la Organización Mundial del Comercio), una cifra baja frente al promedio internacional, que lo ubican entre los países que más ha avanzado para insertarse en el comercio mundial y competir globalmente.



La **percepción de los productos españoles** por parte de la población colombiana es positiva. La gastronomía española goza de una imagen excelente en la mente del consumidor colombiano, tanto por su calidad como por la riqueza de sus platos. Además, los beneficios que tiene la *dieta mediterránea* para la salud es otro elemento que juega a favor de los alimentos de origen español. Una prueba de la mejora de la imagen de los productos españoles ha sido el incremento progresivo de las importaciones de estos productos. Sin embargo, sigue habiendo una tendencia general en la opinión del consumidor que le lleva a pensar que los productos de origen español son más caros que otros productos de su misma categoría. De hecho, históricamente, debido al alto coste de importación de los productos debido a los costes logísticos y los aranceles, los precios eran a menudo considerablemente más altos. No obstante, gracias a la entrada en vigor del Acuerdo Comercial o TLC entre Colombia y la UE en 2013, las **barreras al mercado** han mejorado debido a la eliminación de prácticamente todos los aranceles de los productos agroalimentarios. Si bien, aún hoy existen productos, como los cárnicos, que sufren aranceles variables. Entre los productos españoles que cuentan con una mayor presencia en los supermercados colombianos, cabe destacar el aceite, los embutidos curados (especialmente el jamón), conservas de pescado y marisco, y en menor medida las aceitunas, conservas vegetales y fruta fresca.

En cuanto a los **canales de distribución**, en Colombia el canal tradicional aún hoy en día tiene una gran participación en el mercado frente al canal moderno. Sin embargo, pese a que se estima que el 99% de los usuarios en algún momento compra en este tipo de establecimientos, el 75 % de los compradores afirma que el supermercado (canal moderno) es el canal habitual donde realizan la compra relevante de productos para el hogar. No obstante, cabe destacar que el canal tradicional atiende en su mayoría a ciudadanos con escasos recursos de los estratos 1, 2 y 3, mientras que los estratos más altos optan por comprar en grandes superficies y cadenas.

Las **perspectivas del sector** son buenas, los pronósticos señalan que el país registrará un crecimiento anual del 7% en el consumo de alimentos y bebidas, lo que conllevará que las ventas en este sector alcancen los 25.000 millones de dólares en 2021.

Finalmente, se concluye realizando un breve análisis de la situación en Colombia de los principales productos que se exportan desde España, como son los productos cárnicos, el aceite y el vino.



2. Definición del sector

En el presente estudio se lleva a cabo un análisis general sobre los productos de alimentación, concretamente aquellos que tienen una mayor producción española y para los que el mercado colombiano presenta oportunidades de negocio.

Se va a prestar por tanto, especial atención a las particularidades de los siguientes productos:

- Aceite de oliva
- Aceitunas
- Productos cárnicos y embutidos
- Conservas de pescado
- Quesos
- Vinos

A continuación se especifican sus partidas arancelarias:

ACEITE	
15.07	Aceite de soja, soya y sus fracciones, incluidos los refinados, sin modificar químicamente.
15.09	Aceite de oliva y sus fracciones, obtenidos de la aceituna exclusivamente por medios mecánicos o físicos que no afecten al aceite, virgen, incluidos los refinados, sin modificar químicamente.
15.10	Aceites y sus fracciones obtenidos exclusivamente de la aceituna por métodos diferentes de los mencionados en la partida 1509, incluidos los refinados, sin modificar químicamente, incluso mezclas de estos aceites o fracciones con los aceites de la partida 1509.



15.11	Aceite de palma y sus fracciones, incluso refinados, sin modificar químicamente.
15.12	Aceite de girasol, cártamo o algodón, y sus fracciones, incluso refinados, sin modificar químicamente.
15.14	Aceites de nabo de nabina, colza o mostaza, y sus fracciones, incluso refinados, sin modificar químicamente.
15.15	Grasa y aceites vegetales fijos, incluidos el aceite de jojoba, y sus fracciones, incluso refinados, sin modificar químicamente.

ACEITUNAS	
07.10.80.10	Aceitunas, incluso cocidas con agua o vapor, congeladas.
07.09.90.31	Aceitunas, frescas o refrigeradas, excluidas las destinadas a la producción de aceite.
07.09.90.39	Aceitunas, frescas o refrigeradas, para la producción de aceite.
20.01.90.65	Aceitunas, preparadas o conservadas en vinagre o en ácido acético.
20.04.90.30	Choucroute, alcaparras y aceitunas, preparadas o conservadas sin vinagre ni ácido acético, congeladas.
20.05.70	Aceitunas, preparadas o conservadas sin vinagre ni ácido acético, sin congelar.

PRODUCTOS CÁRNICOS Y EMBUTIDOS	
02.01	Carne de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada.
02.02	Carne de bovinos, congelada.
02.03	Carne de animales de la especie porcina, fresca, refrigerada o congelada.
02.04	Carne de ovinos o caprinos, fresca, refrigerada o congelada.
02.05	Carne de animales de las especies caballar, asnal o mular, fresca, refrigerada o



	congelada.
02.06	Despojos de animales de las especies bovina, porcina, ovina, caprina, caballar, asnal o mular, comestibles, frescos, refrigerados o congelados.
02.07	Carne y despojos comestibles de gallos, gallinas, patos, gansos, pavos gallipavos y pintadas, de especies domésticas, frescos, refrigerados o congelados.
02.08	Carne y despojos comestibles, de conejo, de liebre, de paloma y demás animales, frescos, refrigerados o congelados.
02.09	Tocino sin partes magras y grasas de cerdo o de ave, sin fundir ni extraer de otro modo, frescos, refrigerados, congelados, salados o en salmuera, secos o ahumados.
02.10.11	Carne y despojos comestibles, salados o en salmuera, secos o refrigerados; harina y polvo comestibles, de carne o despojos.
16.01	Embutidos y productos similares, de carne, despojos o sangre; preparaciones alimenticias a base de estos productos.
16.02	Preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre (excluidos embutidos y productos similares, así como extractos y jugos de carne).

CONSERVAS DE PESCADO	
16.04	Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevos de pescado.
16.05	Preparaciones y conservas de crustáceos, de moluscos y de los demás invertebrados acuáticos.

QUESOS	
04.06	Queso y requesón.



VINOS	
22.04.10.00	Vino espumoso.
22.04.21.00	Los demás vinos en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros.
22.04.29.10	Mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol (mosto apagado).
22.04.29.90	Los demás vinos, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros.
22.04.30.00	Los demás mostos de uva.



3. Oferta – Análisis de competidores

En el siguiente apartado se explica la oferta del sector de la alimentación en Colombia, atendiendo a la producción local y a las compras que realiza el país en el exterior, en particular aquellos productos que se han indicado en el apartado anterior como objeto de análisis para este estudio.

3.1 Producción local

En primer lugar, cabe señalar que el sector agroalimentario colombiano es uno de los principales motores de crecimiento de la economía colombiana y representa cerca del 10% sobre el PIB Nacional (DANE, 2018).

Según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el 83,5% de los alimentos que se consumen en el país son producidos por los colombianos (datos de 2016), registrando un índice de autosuficiencia alimentaria positivo. El país abastece su demanda en productos agrícolas como patata, yuca y ñame en el grupo de tubérculos, en frutas tropicales y en la mayoría de hortalizas. En el grupo de cereales, el autoabastecimiento es sólo en arroz; pero se presentan aumentos en la producción de frijol, panela, café y cacao. Colombia además tiene un excedente de producción en azúcar, banano, plátano y aceites vegetales (palma, aguacate, moringa, etc.), lo cual posibilita su comercialización en el exterior. Sin embargo, el reto es seguir alentando la producción de maíz y el trigo. No obstante, téngase en cuenta que debido a las condiciones climáticas y del suelo, ningún país del mundo es autosuficiente en todo.

Parte del éxito en la producción del sector agro en Colombia se debe al programa Colombia Siembra cuyo objetivo es la siembra de un millón de hectáreas entre 2015 y 2018, contribuyendo tanto a la generación de empleos como a la seguridad alimentaria.

A continuación se hace una breve referencia sobre la producción local de los productos seleccionados para el estudio. En el caso de algunos de ellos, como por ejemplo el aceite de oliva o embutidos esta producción es inexistente.

- Quesos: Colombia cuenta con 12 variedades de quesos, algunos muy conocidos como el Costeño de la región del Caribe. La cuajada, el queso campesino, el queso costeño, el quesito antioqueño, el queso molido nariñense, el queso doble crema, el quesillo tolimense y huilense, el queso pera y Paipa, el queso de Caquetá y el quesadillo, son las 12 clases de este producto que son elaboradas en las diferentes regiones de Colombia y hacen parte de la oferta gastronómica con la que cuenta la nación. Según datos de Euromonitor Internacional, las principales marcas a nivel nacional son Colanta con una participación de 35,9% y Alpina con 25%. En tercer lugar se ubica la fábrica de quesos italianos del Vecchio con un 2%. Otras marcas conocidas son: Alquería, Algarra y Parmalat. El departamento con mayor producción de leche es Antioquia.
- Vinos: no existe un cultura del vino en Colombia, aunque si bien es cierto en la última década se aprecia un mayor consumo del mismo, ya no se limita a las clases más acomodadas de las sociedad colombiana, o en los hoteles y restaurantes de mayor categoría. El consumo de vino en Colombia se reduce a menos de 1,5 litros por persona al año. En lo que respecta a la producción nacional, las condiciones climáticas tropicales del país dificultan la producción vinícola, siendo ésta aproximadamente una tercera parte de los vinos importados. Al no tener producción de uva, las empresas productoras de vino importan mostos de uva y lo fermentan, añadiéndose alcohol, el resultado es, de una menor calidad, pero esto último está cambiando. Entre las cepas que prefieren los consumidores colombianos, están el Carmenere, Malbec, Merlot, Sauvignon blanc. En los últimos años se ha destacado también el consumo de vinos espumantes y rosé.

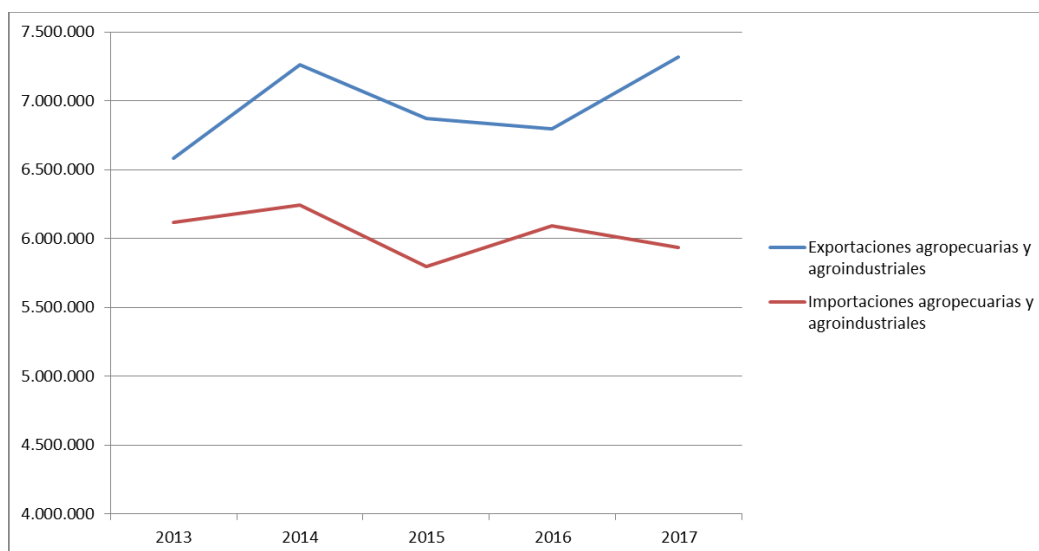
3.2 Comercio exterior: análisis de las importaciones y exportaciones

Un análisis de las importaciones y exportaciones que realiza Colombia durante los últimos cinco años permite concluir que el volumen de ventas al exterior es tan sólo ligeramente superior al de compras, acumulando un diferencial algo mayor en 2017.

Si bien es cierto que el principal sector exportador de la economía colombiana corresponde al sector minero energético (los combustibles y demás productos de las industrias extractivas representaron en 2017 el 55,08% de las ventas de Colombia al exterior), el peso del sector agroalimentario sobre el total de las exportaciones realizadas ocupa la segunda posición, alcanzando en torno al 20%.

En este sentido, es importante destacar que dichas exportaciones se centran fundamentalmente en productos de carácter no sólo agrícola sino también agroindustrial. Esto es, además de los cuatro rubros por excelencia: café, banano, azúcar y aceite de palma aparecen también ya interesantes sumas en los campos de alimentos procesados, tales como confituras, chocolates, galletas o snacks.

ILUSTRACIÓN 1. IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES AGROPECUARIAS Y AGROINDUSTRIALES (MILES DE DÓLARES AMERICANOS, FOB)



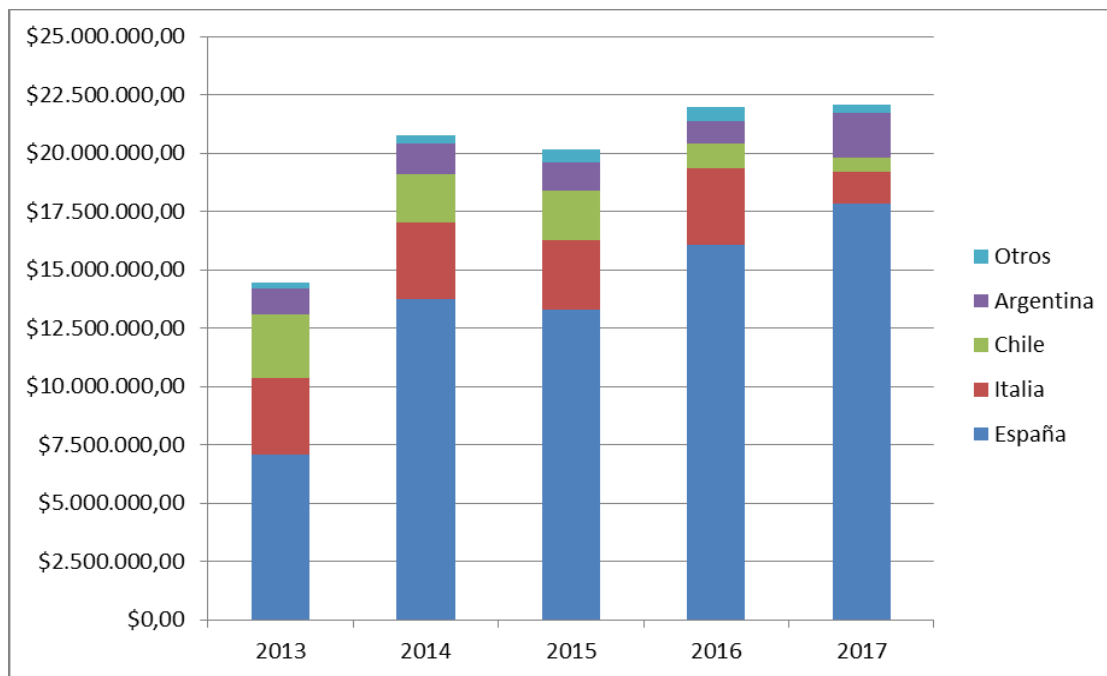
Fuente: Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC) y DANE. Datos actualizados a julio de 2018

A continuación se va a realizar un análisis sobre las importaciones de los productos objeto de estudio desde el año 2012: evolución, países de origen y principales importadores.

- Aceite de oliva. Con el paso del tiempo los consumidores colombianos han adquirido nuevas pautas de consumo. Téngase en cuenta que no son ajenos a las tendencias internacionales, lo que sumado a un aumento del ingreso per cápita, tiene como resultado la adopción de nuevas costumbres y hábitos de consumo donde se priorizan la calidad, la dieta saludable y la alimentación ligada a las tendencias *fitness*. De esta forma, el aceite de oliva se incluye en estas nuevas dinámicas de la población colombiana, gracias a sus propiedades únicas para la salud.

Esta es la razón fundamental por el cual las importaciones no han dejado de crecer en los últimos cinco años, siendo España líder indiscutible del sector (cuota de mercado del 67,01%, 2013-2017). Nuestro país es, por tanto, proveedor por excelencia para Colombia, alcanzando una participación de mercado del 81% durante 2017. En 2017, Argentina e Italia ocupan el segundo y tercer lugar, con participaciones del 8,74% y del 6,31% respectivamente.

ILUSTRACIÓN 2. EVOLUCIÓN Y PAÍSES DE ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA, DÓLARES AMERICANOS, CIF. 2013 - 2017



Fuente: SICEX, import-export data base. Información actualizada julio 2018

Entre los principales importadores de aceite de oliva en Colombia se encuentran las cadenas de supermercados, en donde destacan, KOBÁ COLOMBIA, PRICESMART, SUPERTIENDAS Y DROGUERÍAS OLÍMPICA, ALKOSTO, CENCOSUD (JUMBO) y MAKRO. En otros casos, compañías como ALIMENTOS Y VINOS DE ESPAÑA y LLOREDA, funcionan como importadores y distribuidores para diferentes segmentos de mercado, principalmente el HORECA, seguido por tiendas especializadas.

TABLA 1. PRINCIPALES ACTORES Y CUOTA DE DISTRIBUCIÓN (DÓLARES AMERICANOS)

No.	Importador	Total valor	Total valor CIF	% Total
		2015	2016-2018	2012-2016
1	KOBÁ COLOMBIA SAS	4.036.622	6.770.927	19,32%
2	ALIMENTOS Y VINOS DE ESPAÑA S A S	499.021	1.124.451	3,21%
3	GOOD PRICE CORPORATION S A S	844.056	1.587.236	4,53%
4	MAKRO SUPERMAYORISTA S A S	394.739	742.340	2,12%
5	COLOMBIANA DE COMERCIO S A SIGLAS CORBETA SA Y/O ALKOSTO S A	439.106	1.096.917	3,13%
6	TEAM FOODS COLOMBIA S A	1.416.099	3.234.961	9,23%
7	GRASAS S A	806.782	1.692.002	4,83%
8	SUPERTIENDAS Y DROGUERIAS OLÍMPICA S A	131.306	131.306	0,37%
9	PRICESMART COLOMBIA S A S	1.985.671	2.533.341	7,23%
10	OLEOINTER SAS	200.526	210.425	0,60%
11	CENCOSUD COLOMBIA S A	721.002	1.477.863	4,22%
12	SUPERTIENDAS CANAVERAL S A	94.404	133.887	0,38%
13	LLOREDA S A	404.448	745.703	2,13%
14	FRIGORIFICO DE LA COSTA S A S	589.363	1.265.793	3,61%
15	MERCADO ZAPATOCA S A	78.637	147.373	0,42%



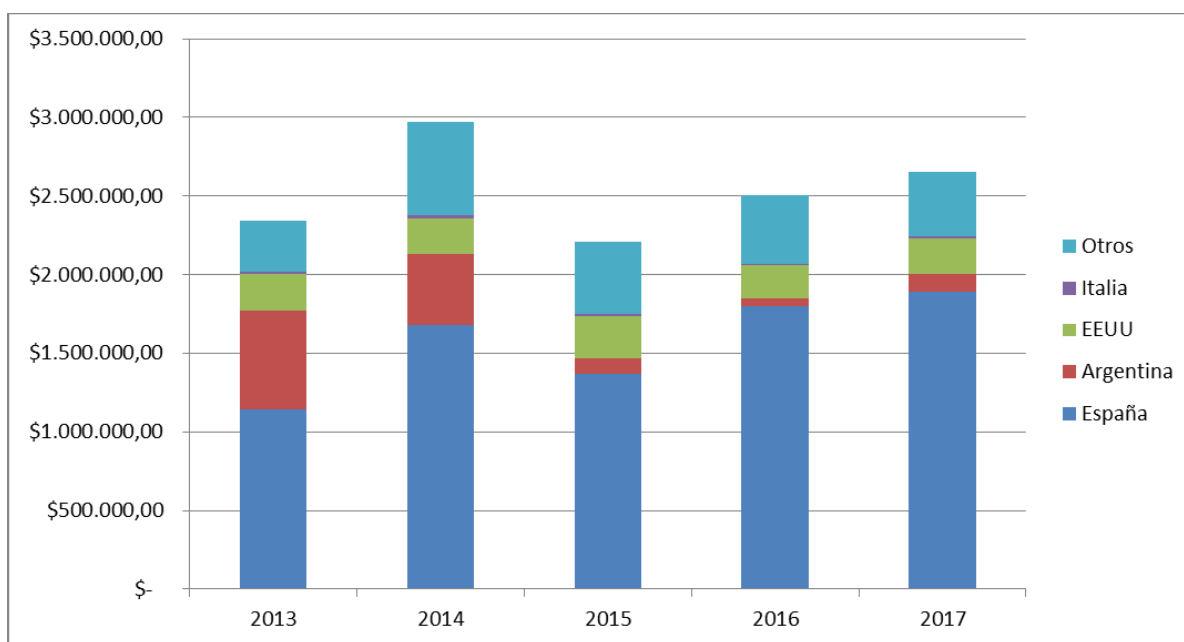
16	ALMACENES ÉXITO	2.988.030	7.357.823	21,00%
SUBTOTAL		15.629.812	30.252.346	86,34%
OTROS		2.195.018	4.786.884	13,66%
TOTAL 60 importadores		17.824.830	35.039.230	100%

Fuente: SICEX Import Export Database. Información actualizada junio 2018

icex

- Aceitunas: tal y como se observa en el gráfico 3, y al igual que ocurre con el aceite de oliva, las importaciones de este producto han ido aumentando en los últimos años. España se presenta como el principal exportador, seguido de Estados Unidos y Argentina.

ILUSTRACIÓN 3. EVOLUCIÓN Y PAÍSES DE ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE ACEITUNAS. DÓLARES AMERICANOS, CIF. 2013-2017



Fuente: SICEX Import Export Database. Taric 20.05.70. Información actualizada julio 2018

- Productos cárnicos y embutidos: la carne es producto típico de la dieta colombiana. El tipo de carne más consumido es el pollo, seguida de la carne de res y cerdo. En lo que respecta a la carne de cerdo, se va a realizar el análisis sobre dos partidas arancelarias:

02.10.11: Jamones, paletas y sus trozos, sin deshuesar.

España es el único y principal suministrador de este tipo de productos. Durante estos cinco años, Almacenes Éxito ha sido el importador del 54% de la mercancía (un total de 795.000 USD) y Europa Gastronomie SA., que ocupa la segunda posición (28%), seguido de Denominación de Origen (8%) y Gourmet España (7%).

TABLA 2. EVOLUCIÓN Y PAÍS DE ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE JAMONES Y PALETAS. DÓLARES AMERICANOS, 2013-2017

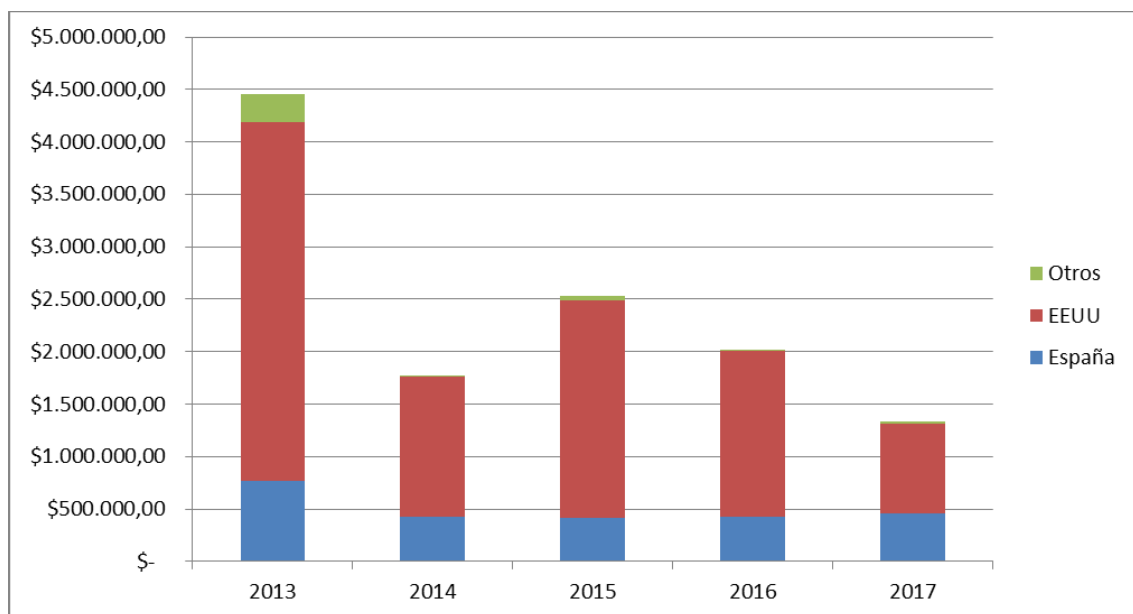
País Origen	2013	2014	2015	2016	2017	Total
España	\$226,01	\$277.783,96	\$647.226,81	\$155.833,70	\$401.680,19	\$1.482.750,67
Total	\$226,01	\$277.783,96	\$647.226,81	\$155.833,70	\$401.680,19	\$1.482.750,67

Fuente: SICEX Import Export Database. Taric 02.10.11. Información actualizada julio 2018

16.01: Embutidos y productos similares, de carne, de despojos o de sangre: preparaciones alimentarias a base de estos productos.

La mayoría de las compras externas de este producto proceden de Estados Unidos. El segundo lugar, lo ocupa España, sin embargo, el volumen ha sido hasta cuatro veces menor, si bien las exportaciones españolas crecieron en 2017.

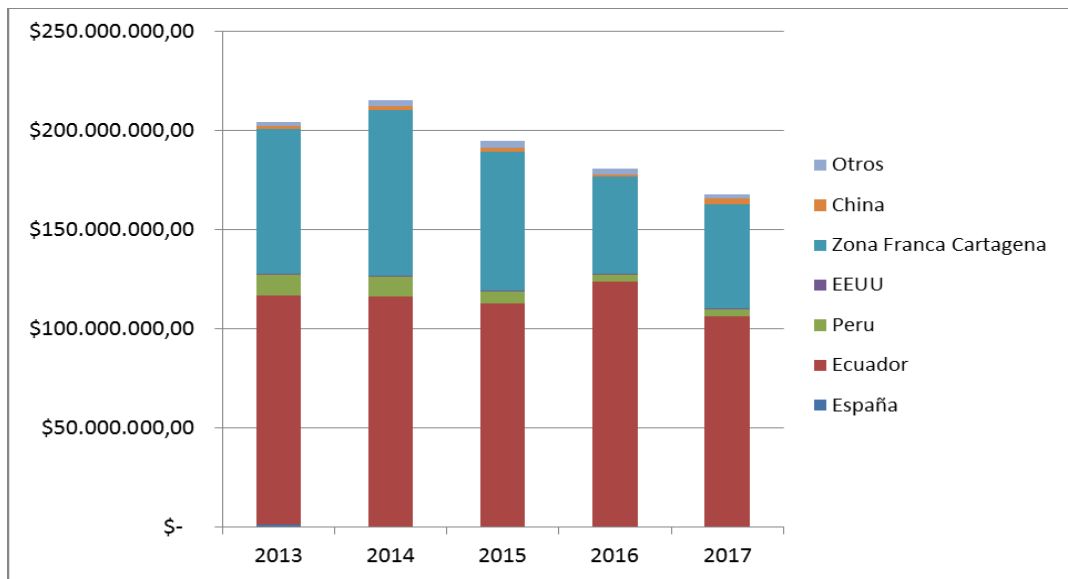
ILUSTRACIÓN 4. EVOLUCIÓN Y PAÍSES DE ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE EMBUTIDOS. DÓLARES AMERICANOS, CIF. 2013-2017



Fuente: SICEX Import Export Database. Taric 16.01. Información actualizada julio 2018

- Conservas de pescado: las compras colombianas de este grupo de productos han disminuido en 2017 un 6,93% con respecto al año anterior.

ILUSTRACIÓN 5. EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE CONSERVAS DE PESCADO. DÓLARES AMERICANOS, CIF. 2013-2017



Fuente: SICEX Import Export Database. Taric 16.04. Información actualizada julio 2018

Ecuador es el principal proveedor de conservas de pescado. Para el caso de las compras que Colombia realiza a España, éstas tan sólo han representado el 0,32% del total en 2017, cifra baja considerando el potencial y la relevancia que el complejo mar-industria tiene en España.

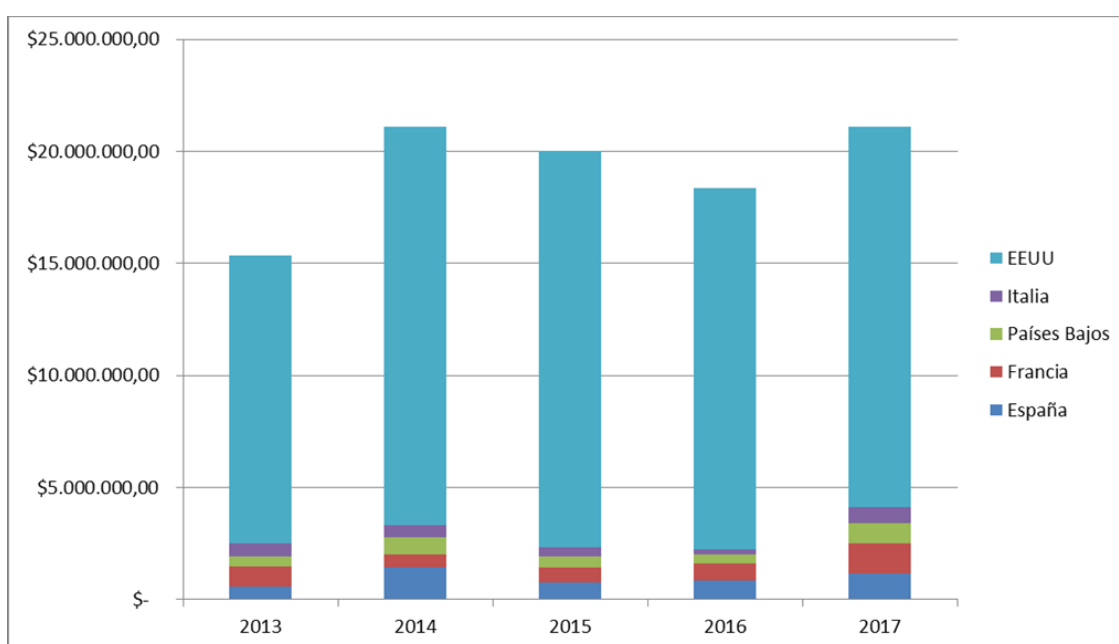
TABLA 3. PAÍS DE ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE CONSERVAS. DÓLARES AMERICANOS, CIF, Y CUOTA

Nº	País Origen	Total Valor 2017	Total Valor 2013-2017	% Total 2013-2017
1	Ecuador	\$106.122.665,10	\$574.099.058,81	60,19%
2	Zona Franca Cartagena	\$52.288.503,28	\$326.901.608,31	34,27%
3	Perú	\$3.200.516,54	\$32.687.734,70	3,43%
4	El Salvador	\$1.312.324,18	\$8.434.583,81	0,88%
5	Estados Unidos	\$610.373,15	\$3.118.566,54	0,33%
6	España	\$515.548,82	\$3.073.459,16	0,32%
7	Chile	\$478.266,06	\$1.963.429,60	0,21%
8	Taiwán	\$284.412,46	\$284.412,46	0,03%
9	Tailandia	\$220.362,15	\$1.602.594,58	0,17%
10	Japón	\$143.033,74	\$143.033,74	0,01%
Subtotal		\$165.176.005,48	\$952.308.481,71	99,84%
Resto de países		\$579.138,35	\$1.556.327,99	0,16%
Total		\$ 165.755.143,83	\$953.864.809,70	100%

Fuente: SICEX Import Export Database. Taric 16.04. Información actualizada julio 2018

- Queso:** mientras en 2012 las importaciones de este producto sumaron 5 millones de dólares, en 2015 casi se triplicó y el monto superó los 14 millones USD. Estados Unidos es el principal origen de esas importaciones. En 2012 –año en que entró en vigencia el acuerdo comercial– su participación fue de 66%. Aunque el consumo per cápita es hoy de 1,2 kilos, y se realizan campañas a nivel nacional para aumentar esa cifra, al ser comparado con naciones como Francia o Estados Unidos, 23 y 14 kilogramos, respectivamente, se ve que falta trabajo.

ILUSTRACIÓN 6. EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE QUESOS. DÓLARES AMERICANOS, CIF. 2013-2017



Fuente: SICEX Import Export Database. Taric 04.06. . Información actualizada julio 2018

Entre los principales importadores se encuentran algunas cadenas de supermercados como Almacenes Éxito y Pricemart Colombia, así como distribuidores tales como Digioca Colombia, Centurion Foods o Alsea Colombia SAS.

- Vinos:** Las importaciones de vinos en los últimos cinco años han aumentado en un 5,57%. Si bien en 2017, las importaciones disminuyeron por el impacto de la nueva legislación. Tal y como refleja el cuadro, los mayores exportadores de vino son los chilenos, con una cuota de mercado del 45,73% para el periodo considerado, seguidos de Argentina con un 18,04%, España, con un 11,45% y Francia, con un 11,09%. Ello es en parte debido al Tratado de Libre Comercio firmado entre Chile y Colombia en 1997, gracias al cual los vinos chilenos soportan arancel 0% en la importación a Colombia. Además, hay que añadir que fueron los primeros vinos en entrar al mercado colombiano

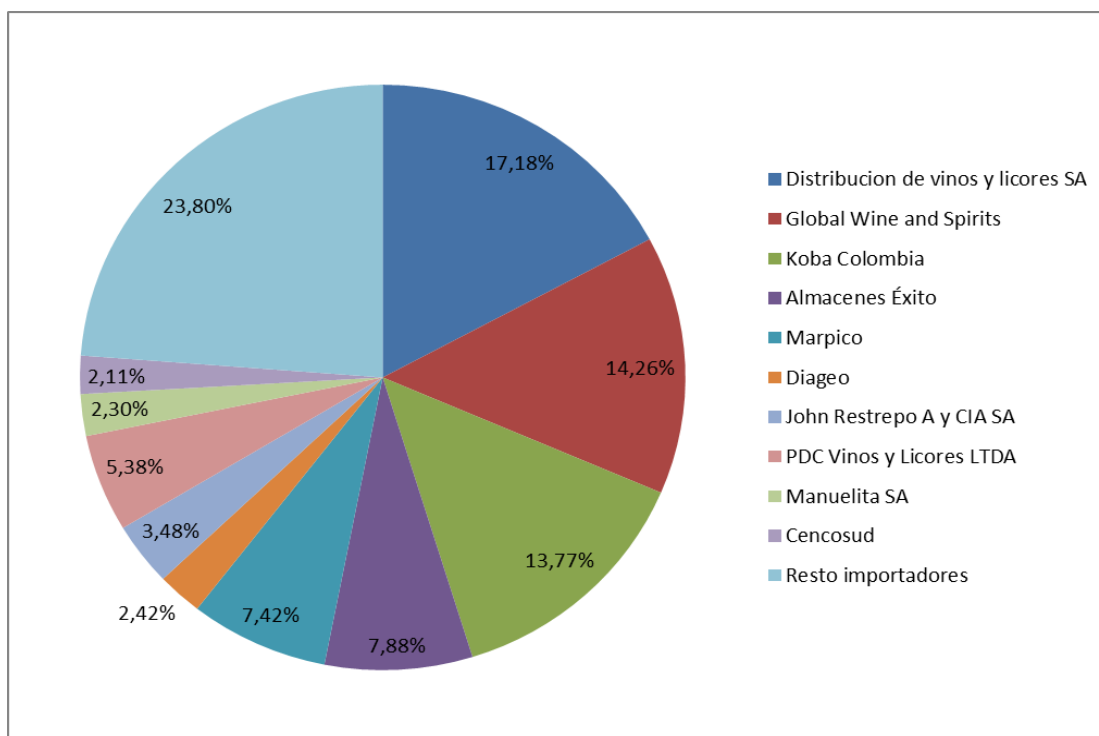
TABLA 4. EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES Y PAÍS DE ORIGEN DEL VINO. DÓLARES AMERICANOS, CIF. 2013-2017

Nº	País de origen	2013	2014	2015	2016	2017	Total Valor
1	España	5.263.315	6.455.204	5.985.383	7.520.324	7.517.051	32.741.276
2	Francia	4.621.558	7.432.018	6.364.370	8.259.686	5.049.105	31.726.737
3	Italia	1.181.060	2.241.132	2.043.465	3.104.390	2.471.842	11.041.889
4	Portugal	211.962	214.960	410.327	503.021	534.879	1.875.149
5	Alemania	99.773	112.859	91.064	80.295	130.689	514.681
6	Austria	0	48.063	23.999	38.393	24.766	135.221
Países del Nuevo Mundo							
7	Chile	23.047.061	25.870.994	26.811.968	29.343.572	25.745.245	130.818.841
8	Argentina	9.918.910	11.126.231	11.450.267	11.110.485	7.985.270	51.591.163
9	EEUU	4.474.017	5.084.701	4.872.139	2.651.499	2.360.593	19.442.948
10	Uruguay	63.928	560.395	437.664	186.722	303.413	1.552.122
11	Australia	13.090	253.824	261.566	41.989	37.940	608.409
12	Sudáfrica	7.691	9.617	30.222	11.291	11.767	70.589
Subtotal		48.902.365	59.409.997	58.782.434	62.851.666	52.172.561	282.119.024
Resto de países		905.390	815.700	845.482	953.358	409.394	3.929.323
Total		49.807.755	60.225.697	59.627.916	63.805.024	52.581.955	286.048.347

Fuente: SICEX Import Export Database. Taric 04.06. . Información actualizada julio 2018

En 2017, los principales importadores fueron los siguientes: Distribución de vinos y licores (17,18%), Global Wine and Spirits (14,26%), Koba Colombia SaS (13,77%), Almacenes Éxito (7,88%) y Marpico SA (7,42%).

ILUSTRACIÓN 7. CUOTA DE MERCADO DE LOS PRINCIPALES IMPORTADORES, 2017



Fuente: SICEX Import Export Database. Taric 04.06. . Información actualizada julio 2018

4. Demanda

4.1 Factores sociodemográficos

Colombia cuenta en 2018 con una población de 49.850.000, según estimaciones del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), cifra que crece a un ritmo aproximado del 1% cada año. El último censo general realizado en el país fue en 2005 y se está realizando un nuevo censo a lo largo de 2018, por lo que las cifras que se manejan en este apartado reflejan las aproximaciones publicadas por el DANE. El país cuenta con 33 departamentos (incluyendo Bogotá D.C) y su distribución poblacional es la siguiente:

TABLA 5. POBLACIÓN POR DEPARTAMENTOS (MILLONES DE HABITANTES, 2018)

	Departamento	2018	Porcentaje		Departamento	2018	Porcentaje
1	Antioquia	6.691.030	13,43%	18	Norte de Santander	1.391.239	2,79%
2	Atlántico	2.545.924	5,11%	19	Quindío	575.010	1,15%
3	Bogotá, D.C.	8.181.047	16,42%	20	Risaralda	967.767	1,94%
4	Bolívar	2.171.280	4,36%	21	Santander	2.090.839	4,20%
5	Boyacá	1.282.063	2,57%	22	Sucre	877.057	1,76%
6	Caldas	993.866	1,99%	23	Tolima	1.419.947	2,85%
7	Caquetá	496.241	1,00%	24	Valle del Cauca	4.756.113	9,54%
8	Cauca	1.415.933	2,84%	25	Arauca	270.708	0,54%
9	Cesar	1.065.673	2,14%	26	Casanare	375.249	0,75%
10	Córdoba	1.788.507	3,59%	27	Putumayo	358.896	0,72%
11	Cundinamarca	2.804.238	5,63%	28	Archi. de San Andrés	78.413	0,16%
12	Chocó	515.145	1,03%	29	Amazonas	78.830	0,16%
13	Huila	1.197.081	2,40%	30	Guainía	43.446	0,09%
14	La Guajira	1.040.157	2,09%	31	Guaviare	115.829	0,23%
15	Magdalena	1.298.691	2,61%	32	Vaupés	44.928	0,09%
16	Meta	1.016.701	2,04%	33	Vichada	77.276	0,16%
17	Nariño	1.809.116	3,63%		Total Nacional	49.834.240	100,00%

Fuente: DANE

Como se puede apreciar en la tabla, la distribución es muy desigual y el 68% de la población se concentra en los primeros 10 departamentos. Concretamente, la ciudad de Bogotá concentra más del 16% de la población total de Colombia, por lo que resulta un punto estratégico de localización tanto para las empresas nacionales como extranjeras. Le siguen Medellín, Cali, Barranquilla y Cartagena, sumando todos ellos un total del 14,6% de la población.

ILUSTRACIÓN 8. DEPARTAMENTOS MÁS POBLADOS DE COLOMBIA, 2018 (%)

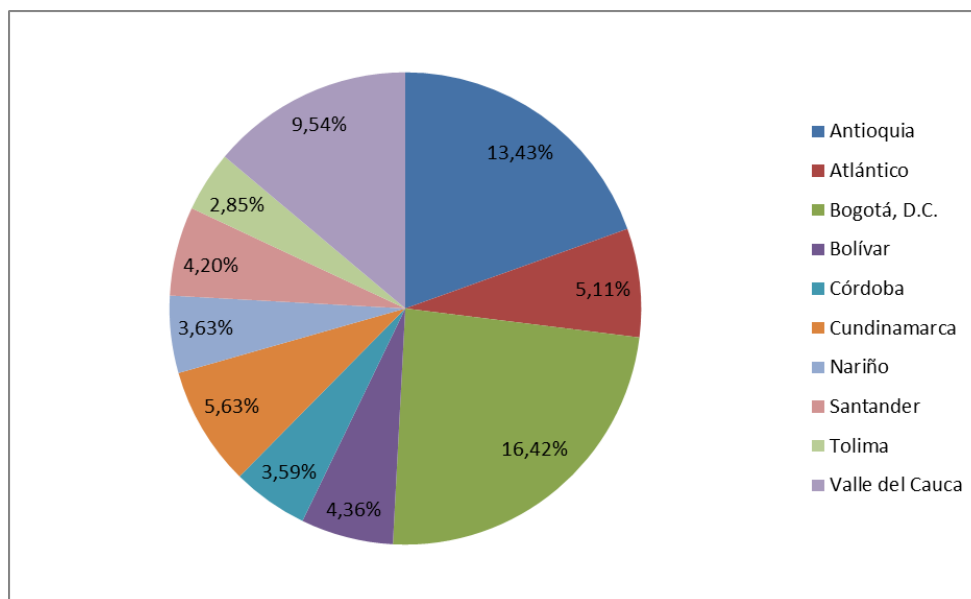
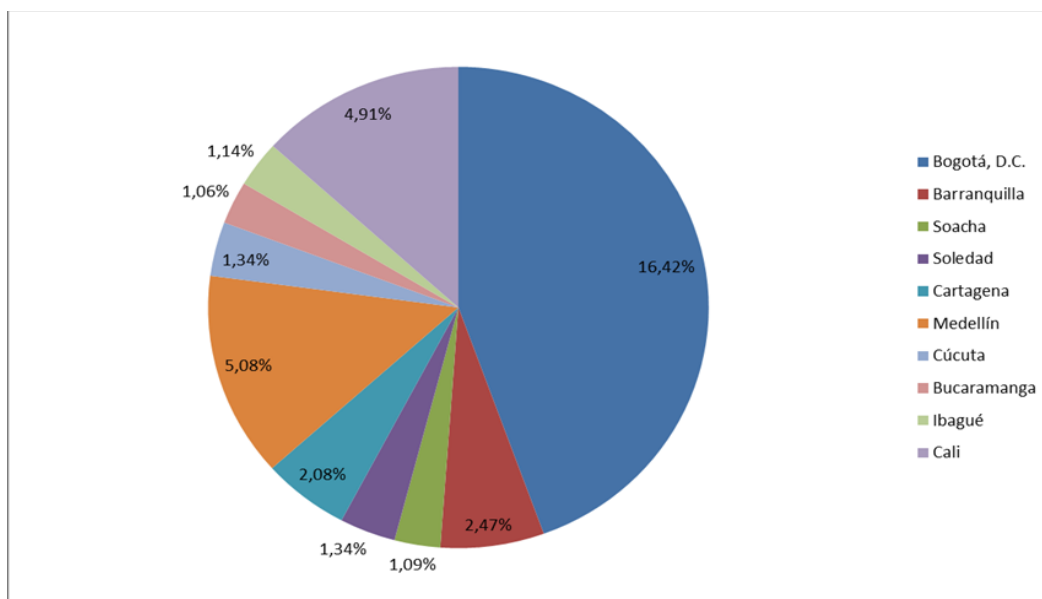


ILUSTRACIÓN 9. CIUDADES MÁS POBLADAS DE COLOMBIA (%)

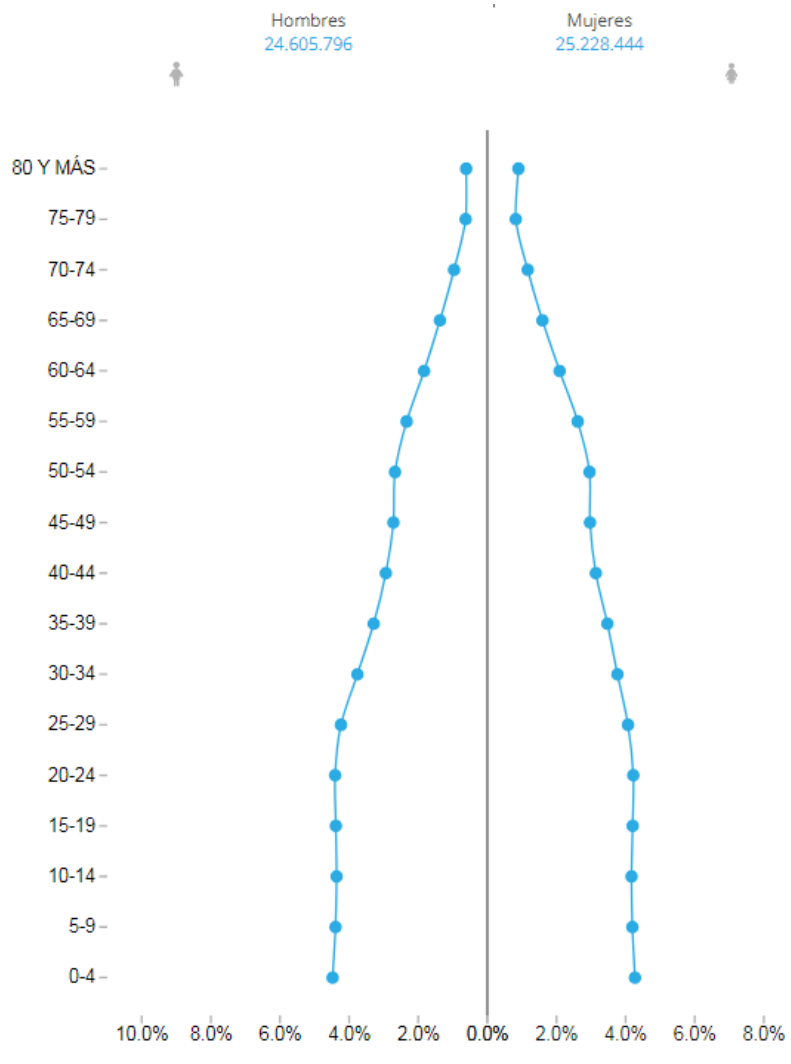


Fuente: DANE



En cuanto a la distribución por edades, la población colombiana destaca por el alto índice de jóvenes, siendo casi el 60% de los habitantes menores de 34 años.

ILUSTRACIÓN 10. PIRÁMIDE DE POBLACIÓN DE COLOMBIA POR SEXO Y EDAD, JULIO 2018

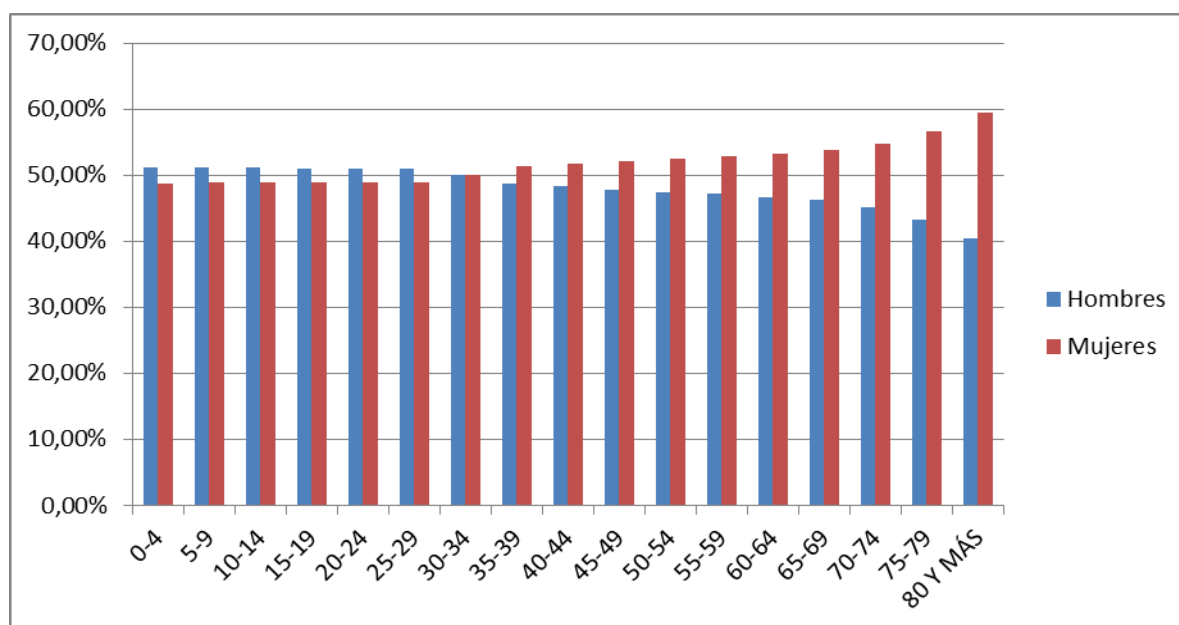


Fuente: DANE

Respecto a la distribución de la población por sexos en los diferentes rangos de edades, cabe comentar la paridad existente entre ambos sexos hasta la edad de treinta y cuatro años, estando el porcentaje de hombres y mujeres cerca del 50%. Es a partir de esa edad cuando el porcentaje de mujeres comienza levemente a superar el de hombres, de forma que en personas mayores de

ochenta años el porcentaje de mujeres es del 59,48%, frente al 40,52% que representan los hombres. En términos generales, sin hacer distinción de edades, el 49,38% de la población lo constituyen hombres y el 50,62% las mujeres. Para mayor aclaración, véase la siguiente ilustración:

ILUSTRACIÓN 11. PORCENTAJE DE POBLACIÓN DE COLOMBIA POR RANGO DE EDADES Y SEXO, JULIO 2018



Fuente: DANE

Calidad de vida y pobreza

Para finalizar con el apartado de factores sociodemográficos, resulta relevante mencionar los índices de calidad de vida y pobreza del país. En el año 2015 (último dato disponible), el Índice de Pobreza Multidimensional (IPM), que mide el porcentaje de población multidimensionalmente pobre –en cuanto a educación, salud y nivel de vida–, se redujo en 1,7 puntos porcentuales, lo que equivale a 700 mil personas. En 2014 el porcentaje fue de 21,9% y en 2015 pasó a 20,2%. En consecuencia, para datos de 2015, la población colombiana en extrema pobreza se situó en torno a los 3,5 millones de personas.

Así mismo, al comparar los resultados de 2015 frente al año anterior, el porcentaje de personas en situación de pobreza para el total nacional disminuyó 0,76 puntos porcentuales, al pasar de 28,5 % en 2014 a 27,8 % en 2015. El valor de la línea de pobreza monetaria, por hogar, para el año 2015 fue de \$894.552.



La reducción de la pobreza extrema a nivel nacional fue de 0,2 puntos porcentuales, mientras en 2014 fue de 8,1% en 2015 se ubicó en 7,9%. Eso significa que cerca de 24 mil personas salieron de la pobreza extrema en Colombia. El valor de la línea de pobreza monetaria extrema, por hogar, para el año 2015 fue de \$408.436.

Por otro lado, la Encuesta de Calidad de Vida del año 2015 mostró que el 23,1% de los cabeza de familia consideraron que sus ingresos no alcanzaban para cubrir los gastos mínimos frente a 26,0% registrado en el 2014, lo que supone una reducción del 2,9%. La percepción de insuficiencia de los ingresos para satisfacer las necesidades del hogar, registró que a nivel nacional, el 61,7% de los cabeza de familia consideraron que sus ingresos sólo alcanzaban para cubrir los gastos mínimos en 2015.

Cobertura de servicios públicos, privados o comunales

En el año 2015 (últimos datos disponibles) la energía eléctrica llegaba al 99,9% de los hogares ubicados en ciudades y grandes poblaciones. En las zonas rurales, en cambio, la cobertura de este servicio fue del 95,6%.

La cobertura de gas natural en el total nacional fue 62,5%, de un 76,1% en las principales urbes y de un 11,7% de los hogares en las zonas rurales. La cobertura de servicio de acueducto, por su parte, fue de un 97,6% en las ciudades mientras que en las zonas rurales solo alcanzó el 61,2%.

Tendencia de bienes y servicios

El 92,4% de hogares manifestaron en 2015 (últimos datos disponibles) tener al menos un televisor, ya sea convencional o LCD, plasma o LED. La tenencia de ordenadores pasó de 44,5% en 2014 a 45,5% en el 2015 y el acceso a Internet pasó de 38,0% en el año 2014 a 41,8% en 2015.

Si bien estos datos demuestran una tendencia positiva, los índices de calidad de vida siguen siendo mejorables y queda un largo recorrido por delante para lograr una calidad de vida deseable para todos los colombianos.

4.2 Factores económicos

PIB

Para el año 2017 el PIB nacional a precios corrientes fue de 928.067 millones de pesos colombianos, según datos preliminares del Banco de la República, mientras que a precios constantes del 2005 por encadenamiento fue de 835.165 millones, lo cual representó un crecimiento de la economía colombiana del 1,79% respecto al año 2016.

TABLA 6. PIB NACIONAL A PRECIOS CORRIENTES (MILES DE MILLONES DE PESOS COLOMBIANOS), JULIO 2018

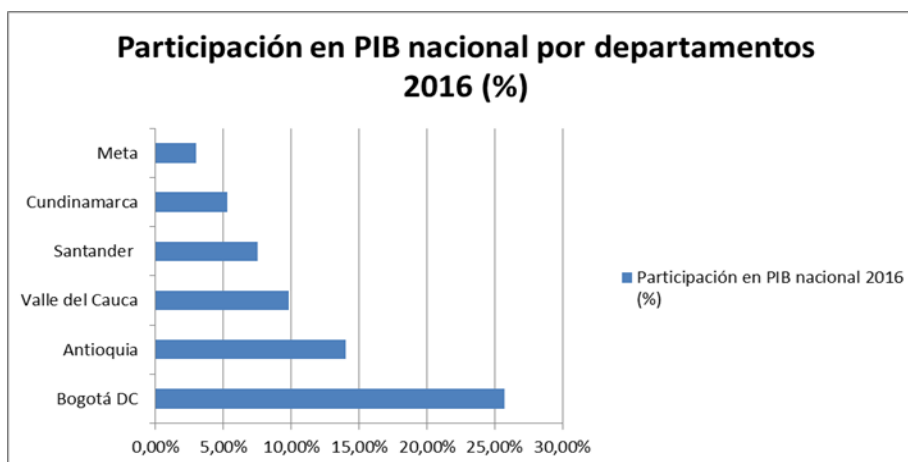
2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
427.51	475.61	501.78	543.18	618.11	665.88	713.62	762.90	804.69	863.87	928.06
9	7	2	8	8	4	7	3	2	7	7

Fuente: Banco de la República

Participación departamental a precios corrientes

Bogotá D.C., es la economía con mayor participación en el PIB nacional con 25,71%; seguida de Antioquia con 14%; Valle del Cauca con 9,8%; Santander con 7,55%; Cundinamarca con 5,3% y Meta con 3%; estas 6 economías concentran el 65,36% del agregado nacional. Bogotá D.C., Antioquia, Valle del Cauca y Cundinamarca aumentaron su participación respecto al año anterior, debido al comportamiento de las actividades de construcción; agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca y explotación de minas y canteras respectivamente. Por el contrario, los departamentos de Santander y del Meta redujeron su participación debido al desempeño de las actividades de construcción, extracción de petróleo crudo y gas natural.

ILUSTRACIÓN 12. PARTICIPACIÓN EN PIB NACIONAL POR DEPARTAMENTOS (%), 2016

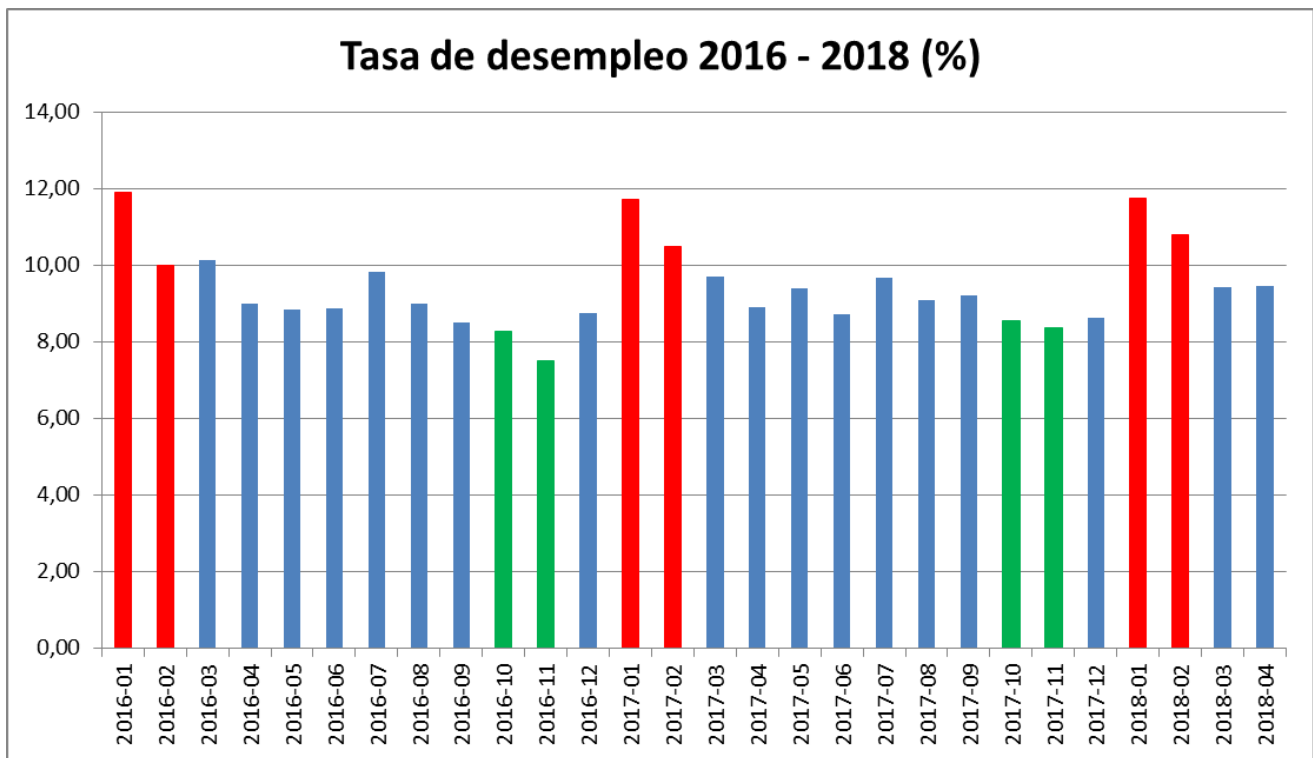


Fuente: DANE

Desempleo

La tasa de desempleo es el indicador de la evolución en el tiempo de la proporción de personas que, teniendo la intención de trabajar, estén desocupadas. Según el Banco de la República (calculado por el DANE), la tasa de desempleo media de 2017 fue del 9,38%, mientras que en el mismo periodo de 2016 fue del 9,22%, lo que supone un ligero incremento. Los datos disponibles de 2018 (hasta mayo) arrojan una tasa de desempleo media de 10,37%, ligeramente por encima que el mismo periodo del año anterior. Esto se explica porque, como podemos apreciar en la siguiente tabla, los meses con un mayor índice de desocupados son enero y febrero, mientras que las tasa más bajas se dan en octubre y noviembre. Véase a continuación la evolución de la tasa de desempleo mensual desde enero de 2016 hasta mayo de 2018.

ILUSTRACIÓN 13. TASA DE DESEMPLEO EN COLOMBIA (%), 2016-2018

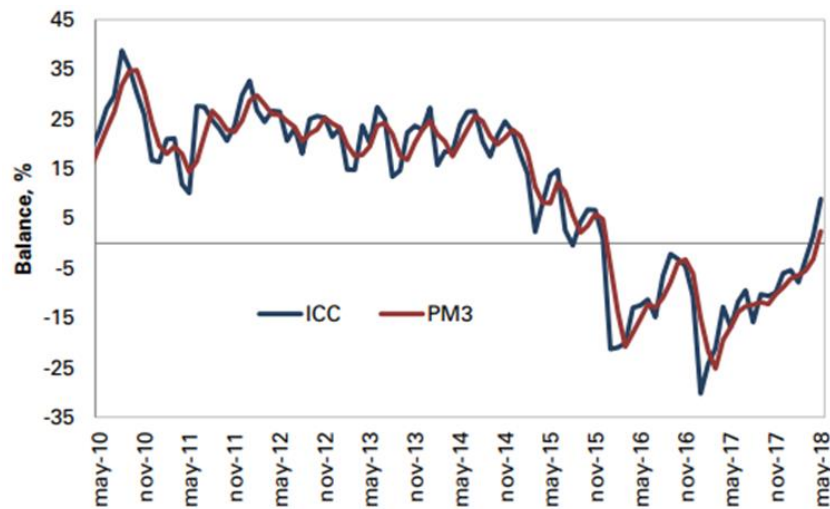


Fuente: Banco de la República

Índice de Confianza del Consumidor (ICC)

De acuerdo con los resultados de la más reciente medición de la Encuesta de Opinión del Consumidor (EOC), en mayo de 2018 el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) registró un valor de 8,9%, que equivale a un incremento de 7,4 puntos porcentuales frente a abril de 2018, y representa el valor más alto desde 2015. El aumento de la confianza obedeció a una mejora en el indicador de condiciones económicas, así como a una mejora del componente de expectativas, debido quizás al cambio de Gobierno que se produciría un mes después, por un fuerte incremento en la disposición de los consumidores a comprar bienes durables y un mejor resultado en la valoración del país. La confianza de los consumidores mejoró respecto al mes anterior en tres de las cinco ciudades encuestadas, principalmente en Medellín. Frente al mismo mes de 2017, la confianza aumentó en todas las ciudades analizadas. La disposición a comprar vivienda disminuyó en mayo frente al mes anterior pero fue mayor a la observada en mayo de 2017. Por su parte, la disposición a comprar bienes muebles y electrodomésticos presentó un fuerte incremento frente al mes anterior y con respecto a mayo de 2017.

ILUSTRACIÓN 14. ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR



Fuente: Encuesta de Opinión del Consumidor (EOC) – Fedesarrollo

4.3 Distribución de la renta disponible

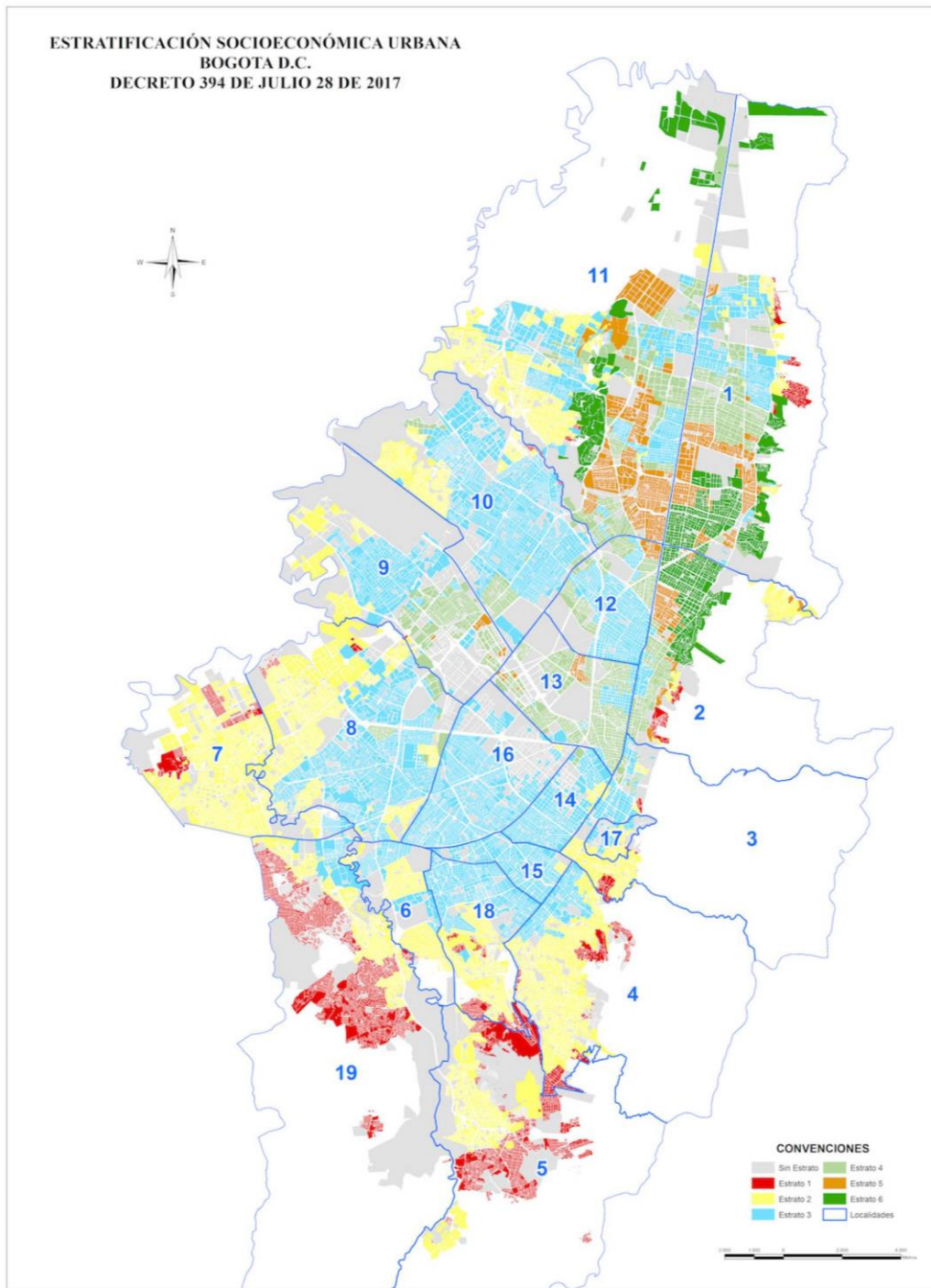
El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) hace uso de la estratificación socioeconómica. Esta es una clasificación en estratos de los inmuebles residenciales que deben recibir servicios públicos. Se realiza principalmente para cobrar de manera diferencial por estratos los servicios públicos domiciliarios. De este modo, según el Departamento Nacional de Planeación se contemplan seis estratos: 1- Bajo-bajo, 2- Bajo, 3- Medio-bajo, 4- Medio, 5- Medio-alto y 6-Alto. Esa clasificación que le da el Gobierno a los niveles socioeconómicos de la sociedad no está, como pudiera pensarse, basada únicamente en los ingresos de un hogar. Por el contrario, dependen de cómo está construida una vivienda. Es así como la vivienda, determina si sus moradores deben recibir subsidios en servicios públicos o por el contrario les obliga a pagar un poco más para financiar los subsidios que reciben los estratos inferiores. Al no tenerse en cuenta factores tales como el nivel de renta, las personas que componen un hogar, la edad, el empleo o las discapacidades, se está fomentando la inequidad y la desigualdad. “El modelo tampoco posibilita que se produzca el mismo desarrollo en unas zonas y otras de las ciudades por la falta de urbanismo”.

De éstos, los estratos 1, 2 y 3 corresponden a estratos bajos donde viven los usuarios con menores recursos, los cuales son beneficiarios de subsidios en los servicios públicos domiciliarios; los estratos 5 y 6 corresponden a estratos altos que albergan a los usuarios con mayores recursos económicos, los cuales deben pagar sobrecostos (contribución) sobre el valor de los servicios públicos domiciliarios.

En Colombia, el estrato 4 no es beneficiario de subsidios, ni debe pagar sobrecostos, paga exactamente el valor que la empresa defina como costo de prestación del servicio.

Según un estudio realizado por Raddar CKG, en 2014 un total del 79,2% de los colombianos vivía en los tres estratos más bajos y tan solo 9,8% de la población era clasificada dentro de los estratos 5 y 6.

ILUSTRACIÓN 15. ESTRATIFICACIÓN SOCIO-ECONÓMICA EN BOGOTÁ, D.C., 2017



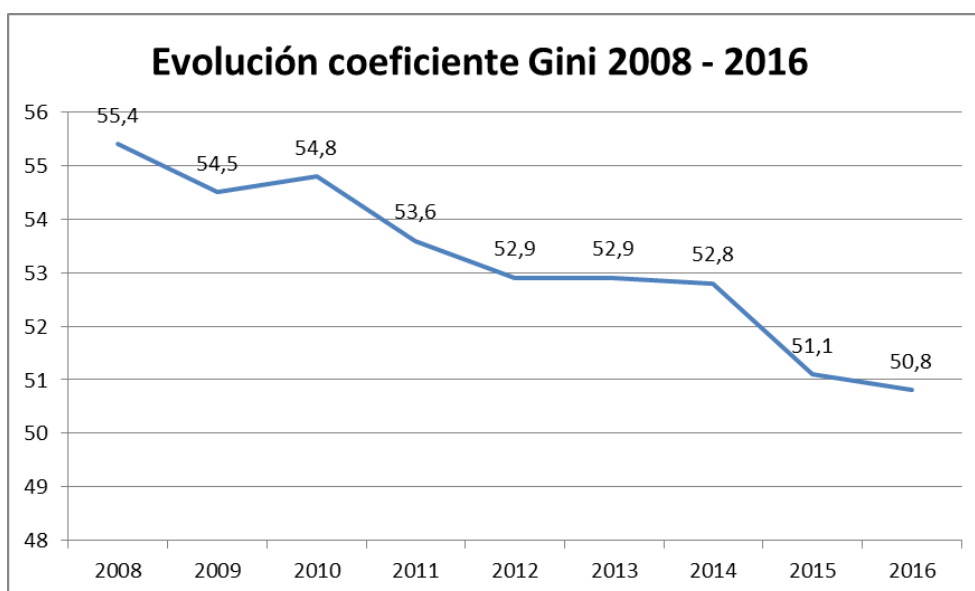
Fuente: El País



Estos datos reflejan una clara disparidad, y es que la inequidad tanto regional como poblacional caracteriza de forma significativa la realidad socioeconómica colombiana. De acuerdo con los datos del Banco Mundial, el Coeficiente Gini de Colombia es del 0,508 (2016), en donde 0 es total igualdad y 1 total desigualdad. Sin embargo, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) advierte que ese valor podría ser de 0,55, después de estimarse la riqueza de la población más acaudalada con base en los datos de pagos de impuestos.

Si bien la desigualdad sigue siendo uno de los grandes retos de Colombia por superar, cabe mencionar que estos datos son positivos en comparación con las cifras de años anteriores. De hecho, el Coeficiente Gini se situaba en torno al 0,56 en el año 2008, por lo que la mejoría ha sido sustancial. Véase a continuación el gráfico que refleja este descenso (datos del banco Mundial):

ILUSTRACIÓN 16. EVOLUCIÓN COEFICIENTE GINI 2008-2016



Fuente: Banco Mundial. Información actualizada julio 2018

4.4 Tendencias sociopolíticas

El panorama sociopolítico de Colombia se ha caracterizado históricamente por dos grandes problemas internos que han afectado notablemente a la seguridad y al desarrollo socioeconómico del país, los cuales además están interconectados: El conflicto armado interno y el narcotráfico. Además de las diferencias sociales, reflejadas en el coeficiente de Gini (0.508) que, si bien están disminuyendo, siguen siendo elevadas.

No obstante, pese a que ya se han realizado muchos avances en estos aspectos en los últimos años, se espera que esta situación mejore de forma drástica e inminente gracias al reciente Acuerdo para la Terminación Definitiva del Conflicto firmado el 24 de noviembre de 2016, entre el anterior Gobierno de Colombia (Juan Manuel Santos) y las FARC, para poner fin al conflicto y construir una paz estable y duradera. Este acuerdo establece los términos para alcanzar el fin de las confrontaciones con las FARC mediante un cese al fuego y de hostilidades bilateral y definitivo, así como un cronograma preciso para la dejación de las armas y el inicio de su reincorporación a la vida civil.

Uno de los objetivos del Gobierno es traducir los acuerdos de paz con las FARC en desarrollo para las comunidades rurales más golpeadas por la guerra, y aplicar un programa de sustitución de cultivos ilícitos que reincorpore a la agricultura legal a unas 65 mil familias. En este sentido, se han creado organismos públicos tales como el **Ministerio del Posconflicto** (<http://www.posconflicto.gov.co>), así como asociaciones de organizaciones públicas y privadas como **Reconciliación Colombia** (www.reconciliacioncolombia.com), para velar por el cumplimiento de los términos del Acuerdo y crear iniciativas para lograr una sociedad en paz. Las FARC, por su parte, pactaron contribuir “de manera efectiva, con la mayor determinación y de diferentes formas” con ese programa y “con la solución definitiva al problema de las drogas ilícitas”.

En el aspecto económico, el cese definitivo de la confrontación armada está contribuyendo, paulatinamente, a la mejora de la productividad y aprovechamiento de las tierras, al aumento las inversiones extranjeras en todo el territorio colombiano, a la aceleración del crecimiento económico del país, a la creación de un sistema financiero más incluyente, a la mejora en la calidad de vida y en la distribución de la propiedad de la tierra.

Solo en lo relacionado con un mayor crecimiento, se evidenció que el Producto Interno Bruto (PIB) se duplicaría cada 8,5 años sin conflicto y no cada 18,5 años, como ha ocurrido hasta ahora. Factor que aún no se percibe en la evolución del PIB, que ha visto ralentizado su crecimiento en 0.2 puntos porcentuales entre 2016 y 2017.

Tras las elecciones del pasado 27 de mayo de 2018, el candidato conservador Iván Duque, se impuso al progresista Petro en una segunda vuelta marcada por la ruptura con el bipartidismo y



la irrupción de movimientos progresistas, en línea con los cambios políticos que se están produciendo en gran parte de la región de América Latina. Si bien el ganador, Iván Duque, respaldado por el ex Presidente Álvaro Uribe, simboliza la continuidad del sistema político tradicional en Colombia, va a tener más presiones que los anteriores gobiernos en los asuntos que se decidan en la Cámara de Representantes.

Respecto al Acuerdo de Paz, el nuevo Gobierno de Iván Duque se ha mostrado más escéptico y exigente, al considerar que se han realizado demasiadas concesiones a las FARC. Por lo que, en esta nueva legislatura, el Gobierno busca reformar el Acuerdo para garantizar que se cumplan las penas por los delitos cometidos, la destrucción completa de las armas, así como la obligatoriedad de la sustitución de los cultivos ilícitos y la erradicación definitiva de los mismos. Pero en el momento de redacción del presente estudio aún no se sabe a ciencia cierta cómo se desarrollarán los acontecimientos.

icex

4.5 Tendencias culturales

Colombia es un país que se destaca por su diversidad cultural, inevitablemente unida a su pasado Colonial y geográfico. Se divide en 5 regiones -Amazónica, Andina, Caribe, Pacífica y Orinoquía-, las cuales tienen climas y composiciones demográficas muy diferentes, siendo la región Andina y la región Caribe las más pobladas.

Por estas razones, vale la pena destacar la diversidad racial y cultural que caracteriza al pueblo colombiano. El país es reconocido como pluricultural y multilingüe, dada la existencia de 87 etnias indígenas, 3 grupos diferenciados de población afrocolombiana y el pueblo gitano (Rom). De acuerdo con la Constitución Nacional, el castellano es el idioma oficial de Colombia, pero las lenguas indígenas son también oficiales en sus territorios. Concretamente, en el país se hablan 64 lenguas amerindias y una diversidad de dialectos que se agrupan en 13 familias lingüísticas.

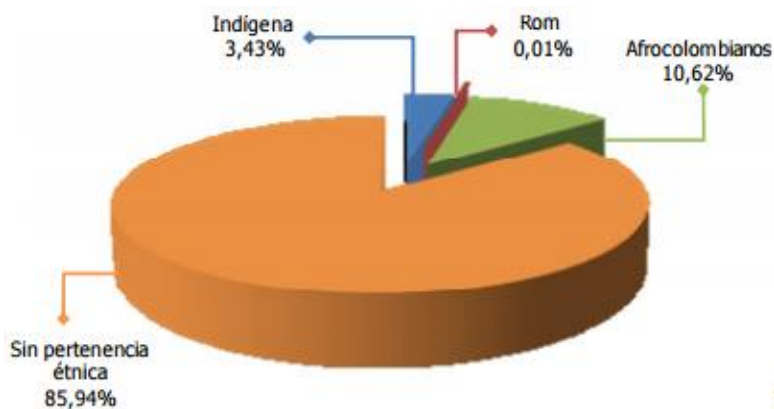
Los departamentos con mayor porcentaje de indígenas son Guainía, Vaupés, La Guajira, Amazonas, Vichada, Cauca y Nariño, siendo los departamentos de La Guajira, Cauca, y Nariño los que concentran mayor número de población étnica, aproximadamente la mitad de los indígenas del país.

En las cabeceras municipales de los pequeños municipios y en las grandes ciudades del país reside una minoría de indígenas que ha ido creciendo como consecuencia del proceso migratorio hacia las zonas urbanas del país por los cambios culturales, el agotamiento de las tierras de los resguardos, especialmente de la zona andina, y por el desplazamiento forzado de las comunidades a raíz de la lucha por la tierra que tienen los actores armados ilegales en los territorios correspondientes a los resguardos, especialmente en las regiones de la Sierra Nevada de Santa Marta, y del Urabá y en los departamentos de Cauca, Córdoba, Guaviare, Nariño y Putumayo.

Respecto a la población afrocolombiana, los departamentos con mayor porcentaje son Chocó, el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, Valle, Bolívar y Cauca. Concretamente, los que concentran aproximadamente el 50% de la población afro del país son: Valle del Cauca, Antioquia y Bolívar.

Si lo trasladamos a las cifras, según el Censo General de 2005 (datos más actualizados disponibles), en Colombia residen 1.392.623 indígenas que corresponden al 3,43% de la población del país; los afrocolombianos son 4.311.757 personas, el 10,62% del total y el pueblo Rom o gitano está conformado por 4.858 personas que representan el 0,01% de la población total del país, lo que significa que la población colombiana que se reconoció como perteneciente a algún grupo étnico corresponde al 14,06% del total, el restante 85,94% no se consideró perteneciente a ninguno de los anteriores grupos étnicos.

ILUSTRACIÓN 17. PORCENTAJE DE POBLACIÓN ÉTNICA



Fuente: DANE

La población que se reconoció étnicamente en el 2005 es significativamente mayor que la que se reconoció en el censo 93, el 1,6% se reconoció indígena y el 1,5% perteneciente a una comunidad negra, debido posiblemente a la metodología empleada para captar la pertenencia étnica en el Censo General 2005 y al proceso de visibilidad de los grupos étnicos que está viviendo el país. Si bien, los resultados tras el censo que se está elaborando a lo largo de 2018 podrían variar.

En cuanto a las creencias religiosas, se calcula que cerca del 78% de la población es católica. A continuación, hay una serie de creencias de origen cristiano, con casi el 12% de la población del país. Además, es posible encontrar otras creencias como el judaísmo, el islamismo, el rastafarismo y finalmente, aquellos que no se identifican con ninguna creencia religiosa.

Colombia es además de un país con un rico presente cultural, un país con extraordinario pasado cultural. Son célebres los antiguos muisca, quienes son denominados como la tercera gran civilización de la América Latina por su alto desarrollo social y su avanzada orfebrería. En este sentido, cabe destacar que el mito de “El Dorado” proviene de algunas costumbres de este pueblo, quienes bañaban a sus caciques en oro en la laguna sagrada de Guatavita. Además en Colombia se pueden encontrar interesantes parques arqueológicos anteriores a la llegada de los españoles, como es la ciudad perdida ubicada en el Tayrona, o los restos arqueológicos de San Agustín. De la época de la Colonia y de la independencia, Colombia muestra una riqueza extraordinaria con ciudades como Cartagena de Indias, o la tumba de Bolívar en Santa Marta, además de innumerables pueblos y centros históricos de arquitectura colonial y republicana.

4.6 Tendencias legislativas

En los últimos años, Colombia ha llevado a cabo un proceso de negociación de acuerdos comerciales con diferentes países. Los más importantes han sido los firmados con Estados Unidos, con vigencia desde Mayo de 2012 y el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre la Unión Europea y Colombia que entró en vigor en agosto de 2013. Además, Colombia firmó, en 2014, los Tratados de Libre Comercio con Noruega e Islandia y, en 2016, con Corea del Sur y Costa Rica.

El TLC UE-Colombia abarca un total de 14 capítulos, siendo el más importante el de Acceso a Mercados, que involucra la eliminación gradual y asimétrica de aranceles para bienes agrícolas, así como para los industriales. Siendo así, desde el primer día de entrada en vigencia del acuerdo, el 73,5% de las sub-partidas de bienes agrícolas y el 99,9% de las sub-partidas de bienes industriales dejaron de tener gravamen arancelario entre ambas partes. Para más información acerca de los efectos del TLC UE-Colombia sobre los productos alimentarios, consultar el apartado 8, “Acceso al mercado y barreras”.

Por otro lado, cabe mencionar también la reciente aprobación del Proyecto de Ley 189 de 2016, más conocido como la Ley de Licores, “*por el cual se fija el régimen propio del monopolio rentístico de licores destilados, se modifica el impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares, y se dictan otras disposiciones*”, lo que se traduce en el incremento considerable del gravamen de las bebidas alcohólicas.

Antes de la aprobación de la ley, el impuesto para los licores está repartido en dos vías: uno en el que se pagaban 306 pesos por grado de alcohol para licores de menos de 35°, y otro para los licores de más de 35° en el que se paga 502 pesos por cada grado. Esta tarificación no tenía en cuenta el precio de los licores, por lo que una botella de aguardiente pagaba más que una de champán debido a su mayor contenido alcohólico.

En la actualidad, la nueva ley no distingue entre licores de más o menos de 35°, sino que determina una sola fórmula impositiva para todos ellos:

- 25% *Ad Valorem* (sobre el precio del producto)
- 220 pesos colombianos por cada grado de alcohol
- 5% de IVA

Si bien esta ley en un principio incluía también los vinos, gracias al esfuerzo conjunto de la Embajada de España, Chile, Argentina y Francia, así como la perseverancia de asociaciones como ACODIL y ASOVINOS, se consiguió que los vinos fuesen gravados de una forma distinguida, puesto que esta fórmula impositiva anteriormente descrita perjudicaría enormemente a la importación de vinos en Colombia, ya que suelen ser bebidas de alto precio y graduación



baja. Por ejemplo, una botella de vino con un coste de 200.000 pesos y 14 grados vería incrementada su tributación en un 1.139,03%.

De este modo, la carga tributaria para los **vinos** es la siguiente:

- 20% *Ad Valorem* (sobre el precio del producto)
- 150 pesos colombianos por cada grado de alcohol
- 19% de IVA

La reforma también modificó el régimen de certificaciones, tanto de producción como de importación de bebidas alcohólicas. Este nuevo régimen exige la introducción de la certificación de Buenas Prácticas Manufactureras (BMP) en la etiqueta de los productos.

En la ley estaba previsto que las certificaciones, de los centros de producción nacional y de los importadores, finalizaran el 9 de febrero de 2017, no obstante, dado el reducido tiempo para cumplir con este complicado requisito, se espera que el plazo se amplíe en dos años.

A lo largo de estos próximos dos años, la Unión Europea trabajará con las autoridades colombianas, como el Instituto de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) , para obtener la equivalencia de los certificados existentes en la UE con el certificado BMP exigido en Colombia. El objetivo es que, sin necesidad de obtener un certificado adicional, los vinos europeos puedan importarse a Colombia.

5. Precios

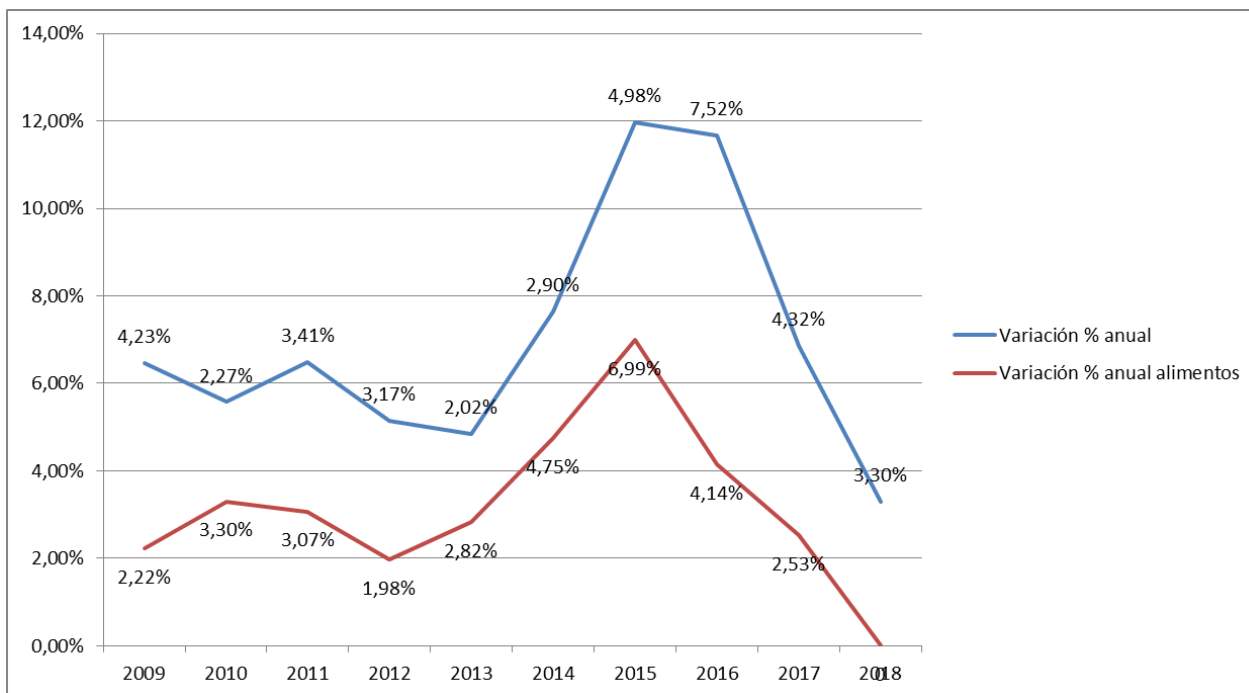
5.1 Índice de precios al consumo

Dos elementos determinantes en el comportamiento de los precios y de la gran inflación que afecta, en la actualidad, a la economía colombiana son el precio del petróleo y el factor climático. Además de dos elementos adicionales: la subida del IVA a principios de 2017 y el tipo de cambio (instrumento de defensa del Banco Central frente a los *shocks* externos).

Durante 2017, la inflación llegó al 4,09%, 1,66 puntos porcentuales menos que la registrada en 2016, la cual había sido de 5,75%. En 2015, el Fenómeno de El Niño obligó a los agricultores a asumir importantes sobrecostos, empleando en gran parte productos importados. Además, también ha generado escasez relativa de producto en sectores que no se encontraban preparados para dicho fenómeno, tal y como es el caso de la piscicultura, que ha visto reducido su suministro de alimento en un 50%. A ello se suman los cultivos de ciclo corto (vegetales, tubérculos y cereales), los cuales retrasaron o vieron afectada su siembra.

Por su parte, la crisis de los precios del petróleo de 2015 – 2016 aumentó considerablemente la inflación, alcanzando en esos años los niveles más altos desde 2003, cifras que se está recuperando notablemente, con la inflación rozando la cifra objetivo del Banco de la República. Se espera que a finales de este año 2018, la inflación alcance la cifra de 3.8%.

ILUSTRACIÓN 18. PRECIOS, ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (VARIACIÓN % ANUAL, 2009-MAYO DE 2018)



Fuente: Banco de la República. Información actualizada julio 2018

5.2 Aranceles

En Colombia, el promedio de los aranceles que se cobran a los productos importados está en 6,64%, una cifra baja frente al promedio internacional, que lo ubican entre los países que más ha avanzado para insertarse en el comercio mundial y competir globalmente.

Estos son los aranceles a los que están sujetos los productos que se han considerado para este estudio:

Descripción	Partida arancelaria	Arancel 2018
Aceite de oliva	15.09	0%
Aceitunas	20.05.70	0% (01/01/2018)
Carne y despojos comestibles	02.10.11	5% (01/01/2018)
Embutidos y productos similares	16.01	8% (01/07/2018)
Quesos	04.06	15%
Vinos	22.04.21	0%

5.2.1. Aranceles variables

Sistema Andino de Franja de Precios (SAFP)

Mediante la Decisión 371 de 1994, la Comunidad Andina, estableció el Sistema Andino de Franjas de Precios Agropecuarios (SAFP), con el fin de estabilizar el costo de importación de un grupo especial de productos agropecuarios, caracterizados por una marcada inestabilidad en sus precios internacionales o por graves distorsiones de los mismos.

De esta manera, el Sistema busca una mayor vinculación de los precios internos de los productos importables con la tendencia de los precios internacionales, para que los productores nacionales puedan contar con señales claras para la toma de decisiones de siembra, producción y comercialización de sus productos.

¿Qué productos cubre el SAFP?

El sistema cubre **dos clases de productos**:



Productos marcadores: Cuyos precios internacionales son utilizados para el cálculo de la franja;

Productos derivados y sustitutos: Aquellos obtenidos mediante transformación o mezcla de productos marcadores.

Actualmente, existen 13 franjas de precios, relacionadas a continuación:

- Franja del Arroz
- Franja de la Cebada
- Franja del Maíz Amarillo
- Franja del Maíz Blanco
- Franja de la Soya
- Franja del Trigo
- Franja del Aceite Crudo de Soya
- Franja del Aceite Crudo de Palma
- Franja del Azúcar Blanco
- Franja del Azúcar Crudo
- Franja de la Leche
- Franja de los Trozos de Pollo
- Franja de la Carne de Cerdo



¿Cómo funciona el SAFP?

La Secretaría General, órgano técnico de la Comunidad Andina, anuncia cada año, antes del 15 de diciembre, los **precios piso y techo** de cada franja.

Los precios piso y techo tienen una vigencia anual, contada a partir del primero de abril de cada año. Se actualizan añadiendo a la serie de precios históricos los últimos 12 meses y excluyendo los 12 meses iniciales de la serie de 60 meses.

Los **precios de referencia quincenales** son calculados y comunicados por la Secretaría General a los Países Miembros, no menos de una semana antes del inicio de la quincena durante la cual se aplican.

Los elementos del Sistema (productos marcadores y vinculados, mercados de referencia, reglas para el cálculo de los parámetros de la franja, etc.) sólo pueden ser modificados por la Comisión.



El informe quincenal puede ser consultado en las siguientes páginas web: www.dian.gov.co; www.agronet.gov.co o www.comunidadandina.org.

5.3 Logística

La gestión de contenedores en Colombia es aún tarea complicada, con frecuencia se presentan contratiempos en el traslado terrestre de mercancías desde cualquier puerto marítimo colombiano, especialmente los de Buenaventura y Cartagena hacia el interior del país. De acuerdo al estudio *Gestión de contenedores, un reto en contravía* realizado por la Revista de Logística, algunos factores o puntos débiles de la logística que involucra el manejo de un contenedor son:

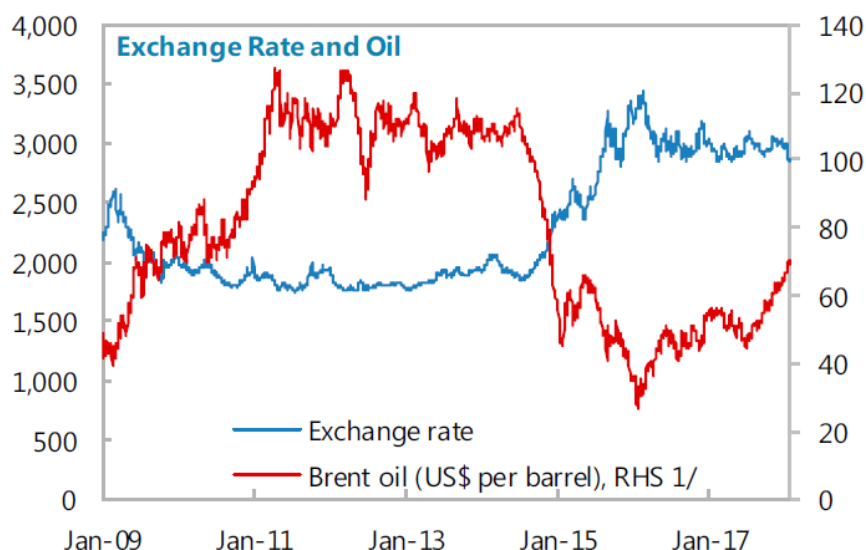
- Rezago logístico: en Colombia existe un atraso importante al conjunto en general que se integra por la infraestructura y transporte, eficiencia en aduanas y competitividad en servicios de logística.
- Trámites: toman más tiempo del necesario y en muchas ocasiones no están debidamente articulados. Además, están a merced de plataformas de software que dejan de funcionar con frecuencia, provocando atrasos en la cadena de transacciones entre los bancos, la DIAN, el puerto, y por tanto, se hace necesario reprocesar las solicitudes desde el inicio para sacar las cargas del puerto, del depósito nacional o la zona franca.
- Infraestructura portuaria: en los dos puertos más importantes de Colombia para manejo de carga en contenedores y a granel (Buenaventura y Cartagena), la capacidad instalada en cuanto a personal, tecnología y espacio está al límite. El tiempo de descarga de un contenedor de 20 pies toma aproximadamente 20 minutos.
- Tarifas: en la mayoría de los casos es más barato enviar un contenedor de España a Colombia que dentro del propio país. Por ejemplo, el valor total de un flete procedente de Vigo a Buenaventura es aproximadamente 800 euros y de Buenaventura a Bogotá aproximadamente 1.200 euros (esta cifra asciende a aproximadamente 1.500 euros para el transporte de Cartagena a Bogotá).

5.4 Comportamiento del tipo de cambio EUR / Peso colombiano y Términos de Intercambio

El régimen de tipo de cambio flexible continúa siendo para Colombia el mejor instrumento de defensa frente a *shocks* económico-financieros internacionales.

La evolución del tipo de cambio está estrechamente ligada a la evolución de los precios del petróleo, de forma que la relación que les une es inversamente proporcional:

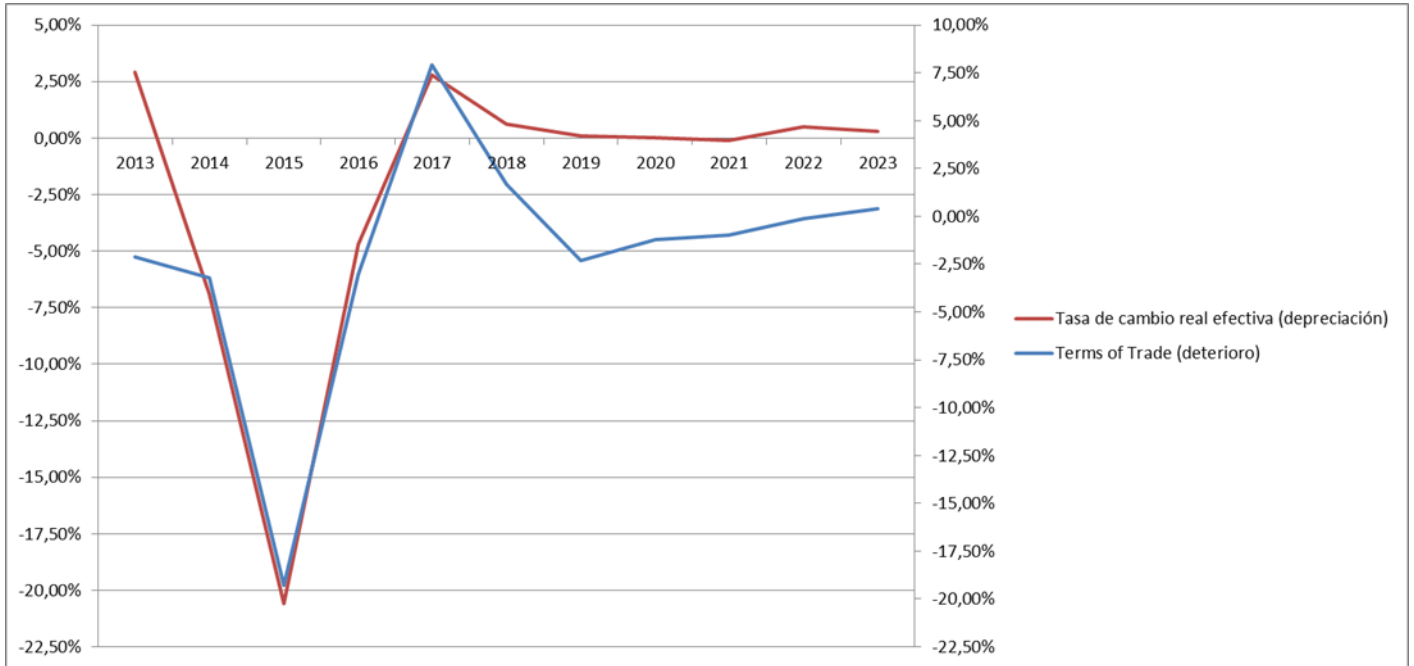
ILUSTRACIÓN 19. EVOLUCIÓN DEL TIPO DE CAMBIO EUR / COP Y EL PRECIO DEL PETRÓLEO, 2009-2017



Fuente: Banco de la República, DANE, Bloomberg, Fondo Monetario Internacional. Julio 2018

Los **términos de comercio** o **términos de intercambio**, muestran la relación entre los precios de las exportaciones y los de las importaciones y, por tanto, la capacidad de compra que tienen los productos domésticos en el extranjero, y explican casi a la perfección la evolución del tipo de cambio real del peso colombiano, en este caso, frente al euro, tal y como se demuestra en la gráfica situada bajo estas líneas. Estos términos de intercambio, junto con los volúmenes de comercio exterior, influyen en la formación del tipo de cambio que, posteriormente, afectará a las operaciones de comercio exterior entre España y Colombia.

ILUSTRACIÓN 20. EVOLUCIÓN DE LA TASA DE CAMBIO REAL EFECTIVA Y LOS TÉRMINOS DE COMERCIO



Fuente: Fondo Monetario Internacional. Información actualizada a julio de 2018

6. Percepción del producto español

La gastronomía española goza de una imagen excelente en la mente del consumidor colombiano, tanto por su calidad como por la riqueza de sus platos. Además, los beneficios que tiene para la salud la *dieta mediterránea* es otro elemento que juega a favor de los alimentos de origen español. Una prueba de la mejora de la imagen de los productos españoles ha sido el incremento progresivo de las importaciones de estos productos.

En los últimos años, numerosos chefs españoles han realizado distintas actividades en Colombia, mejorando mucho la imagen de los productos españoles. Es el caso de Paco Roncero, cocinero del prestigioso restaurante Versión Original, que además toma parte muy activa en numerosos eventos relacionados con la gastronomía que se realizan en Bogotá. Además, las escuelas de cocina española también están empezando a expandirse en el país, como es el caso de la Escuela de Hostelería de Bilbao.

Sin embargo, hay una tendencia general en la opinión del consumidor que le lleva a pensar que los productos de origen español son más caros que otros productos de su misma categoría. Así, podría parecer que este pensamiento delimitara el número de consumidores que están dispuestos a pagar por productos españoles. De hecho, históricamente, debido al alto coste de importación de los productos y a los costes logísticos y los aranceles, los precios eran a menudo considerablemente más altos. No obstante, gracias a la entrada en vigor del TLC en 2013 los costes de importación han descendido considerablemente, debido a la eliminación de prácticamente todos los aranceles de los productos agroalimentarios. La mejora del poder adquisitivo de los consumidores colombianos también ha ayudado a que sea posible para más gente acceder a estos productos sin suponer un verdadero esfuerzo. Si bien el poder adquisitivo ha disminuido en los últimos dos años (ver evolución del IPC).

Entre los productos españoles que cuentan con una mayor presencia en los supermercados colombianos, cabe destacar el aceite, los embutidos curados (especialmente el jamón), conservas de pescado y marisco, y en menor medida las aceitunas, conservas vegetales y fruta fresca.



El producto español por excelencia en Colombia es el **aceite de oliva**, siendo el más consumido en comparación a los aceites de otra procedencia. Si bien sigue siendo un producto accesible para un porcentaje reducido de la población colombiana (debido a los altos índices de pobreza que aún hoy en día existen), el aumento progresivo del poder adquisitivo de los colombianos, y su preocupación por la alimentación sana, así como los cambios en los formatos de los envases, han reducido un poco la percepción de producto de lujo y exclusivo, para darle una apariencia de producto de gran calidad y enormes beneficios.

Las tendencias gastronómicas están evolucionando a pasos de gigante en los últimos años, y cada vez más restaurantes y hoteles promocionan el uso de nuestro aceite de oliva, lo que ayuda enormemente a mejorar el conocimiento de los consumidores sobre las propiedades y características del aceite de oliva. También, es significativo el hecho de que las cadenas de distribución ahora operen como importadores directos, cuando antes funcionaban a través de importadores intermedios. Cabe destacar también que la distribución de este producto tiene lugar sólo en las ciudades y grandes municipios, donde se encuentran los consumidores con poder adquisitivo suficiente como para acceder a este producto. Los puntos de venta donde se puede encontrar este producto son: hipermercados, supermercados, y tiendas *gourmet*.

Los **embutidos curados**, como pueden ser el jamón, el chorizo y el salchichón, cuentan con muchos adeptos entre los consumidores colombianos, sobre todo aquellos con mayor renta debido a los precios relativamente altos de estos productos. De hecho, los productos españoles son los que mejor fama tienen dentro de esta categoría. Solo en lo que a jamón se refiere, en el año 2017 se importaron 139.814 kilogramos con un valor CIF de 1.537.991 US\$, todo ello procedente únicamente de España. Los principales importadores de este producto fueron La Factoría Gourmet, Pricemart Colombia, Casa Ibáñez y ONA Foods.

Por otro lado, nos encontramos con que las **aceitunas**, a diferencia del aceite de oliva, no cuentan con el mismo posicionamiento que el aceite de oliva, aunque siguen estando entre las más consumidas en comparación con las de otras procedencias. De hecho, durante el 2017 se importó un total 1.044.211 kilogramos de aceituna, lo que corresponde a 2.656.043 US\$ (valor CIF). De estos, 1.893.779 US\$ provenían de España, lo que representa en torno al 71% de las importaciones. Por detrás le siguieron Estados Unidos (220.185 US\$), Perú (165.995 US\$), Grecia (158.011 US\$) y Argentina (113.915 US\$). Las demás importaciones provinieron de Egipto, Italia, Francia, Líbano y Marruecos. Nótese que en Colombia prácticamente no existe la producción de aceitunas, por lo que el consumo de estas corresponde al total de las importaciones.

En cuanto a las **conservas vegetales** –se engloban sólo conservas de verduras y hortalizas, quedando excluidas (aún también siendo parte de “conservas vegetales”) las mermeladas y compotas así como todos los tipos de fruta en conserva– resulta complicado competir con los procedentes de Estados Unidos, Chile, Perú, Ecuador y, en los últimos años, China, Líbano e India. De hecho, es muy difícil competir por precio, debido a que estos países tienen muchos menos costes logísticos por su proximidad, y en el caso de China, India y Líbano, manejan unos



costes de producción muy bajos. Otra opción de competir sería mediante la diferenciación, pero debido al tipo de producto, no es fácil explicar las diferencias con otros productos a los consumidores y lograr que paguen más por ello. En 2017 Colombia importó conservas vegetales por valor de 70.053.000 US\$, de los cuales solo 2.483.000 US\$ procedieron de España.

Respecto a la **fruta fresca** de origen español, a pesar de que se ha incrementado su consumo en los últimos años, aún su porcentaje de importación respecto a las demás procedencias es muy bajo. De hecho, en 2017 se importó fruta fresca por valor de 63.651.000 US\$, de los cuales 2.491.000 US\$ de España, lo que representa menos del 4% del total de las importaciones.

Finalmente, las **conservas de pescado** españolas son otro de los productos que despiertan interés entre los consumidores colombianos, gracias a la importancia de la industria conservera en España. Destacan las anchoas y sardinas en lata, así como los calamares y mezclas de mariscos en conserva.

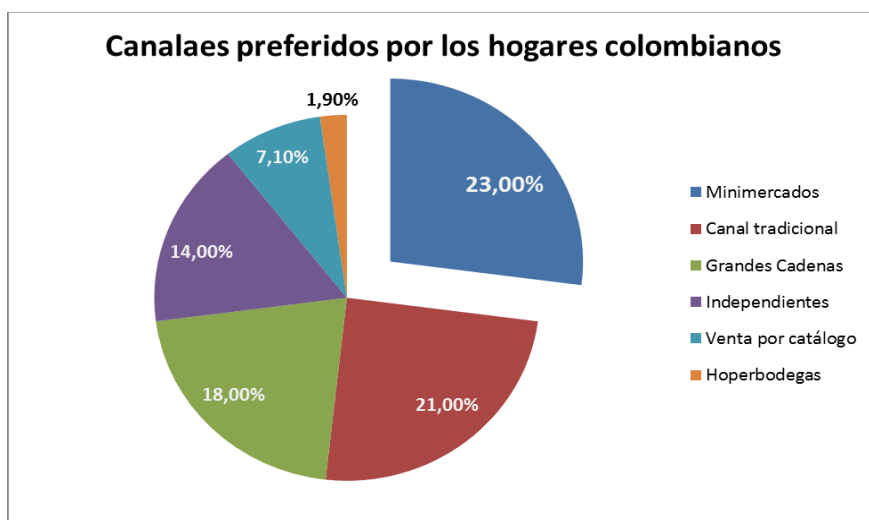
Los **quesos** españoles no son productos excesivamente conocidos en Colombia, si bien cada vez son más frecuentes en los supermercados del país. Los quesos más consumidos son los frescos, muchos de ellos de origen nacional, que se consumen habitualmente en el desayuno. En el mercado hay pocos quesos extranjeros, siendo los quesos tipo Gouda, Cheddar o Parmesano los que mejor aceptación tienen. Históricamente, las tendencias del consumo de queso en Colombia muestran que los consumidores de queso fresco son las personas con poder adquisitivo más bajo, y de queso madurado, de poder adquisitivo más alto. Pero eso está cambiando porque cada día los quesos madurados tienen mejor precio y el público de menos recursos intenta alcanzar los sabores y gustos de quien más recursos tiene. Ya no depende tanto de perfil económico sino de gustos, y el consumo del queso madurado ha experimentado una gran evolución en los últimos años. Cabe mencionar también, que periódicamente se realizan eventos como El Salón del Queso (promovido por Grupo Éxito), que poco a poco ayudan a fomentar la cultura del queso madurado en Colombia.

7. Canales de distribución

En Colombia el canal tradicional aún hoy en día tiene una gran participación en el mercado frente al canal moderno. De hecho, se estima que el 99% de los usuarios en algún momento compra en este tipo de establecimientos. Es por esta razón, que las dos cadenas de supermercados más grandes de Colombia (Grupo Éxito y Olímpica) iniciaron su estrategia de expansión en 2015, adquiriendo pequeñas cadenas de tiendas de barrio de entre 100 y 140 metros cuadrados, con objetivo de lograr una mayor penetración en la sociedad colombiana.

Kantar Worldpanel elaboró en 2015 el *share* de *retailers*, que reveló que los minimercados lideraron la participación de canales en Colombia durante ese año con un share del 23%, seguidos por el canal tradicional o tiendas de barrio con un 21%, grandes cadenas (como Éxito, Olímpica, Jumbo, Metro, entre otras) con el 18% y finalmente los establecimientos independientes (D1, Surtimax, Coratiendas y Zapatoca, entre otras) con el 14%.

ILUSTRACIÓN 21. CANALES PREFERIDOS POR LOS HOGARES COLOMBIANOS (SHARE DE RETAILERS), 2015



Fuente: Kantar Worldpanel



Así pues, dicho estudio reveló que los canales que más participación ganaron durante el 2015 fueron las droguerías con un 20%, los independientes con un 14% y los hiper almacenes (en Colombia se llaman “hiper bodegas”) con un 4%. Aunque las droguerías registraron durante 2015 un desembolso superior con +11%, su crecimiento se sostuvo por la ganancia de nuevos hogares interesados no solo en comprar medicamentos, sino también en las categorías de cuidado personal, alimentos y bebidas.

Además, si bien el 54% de los usuarios latinoamericanos visita de promedio 7 canales para realizar sus compras, en Colombia este porcentaje aumenta el 65%, lo que evidencia una baja lealtad hacia los puntos de venta.

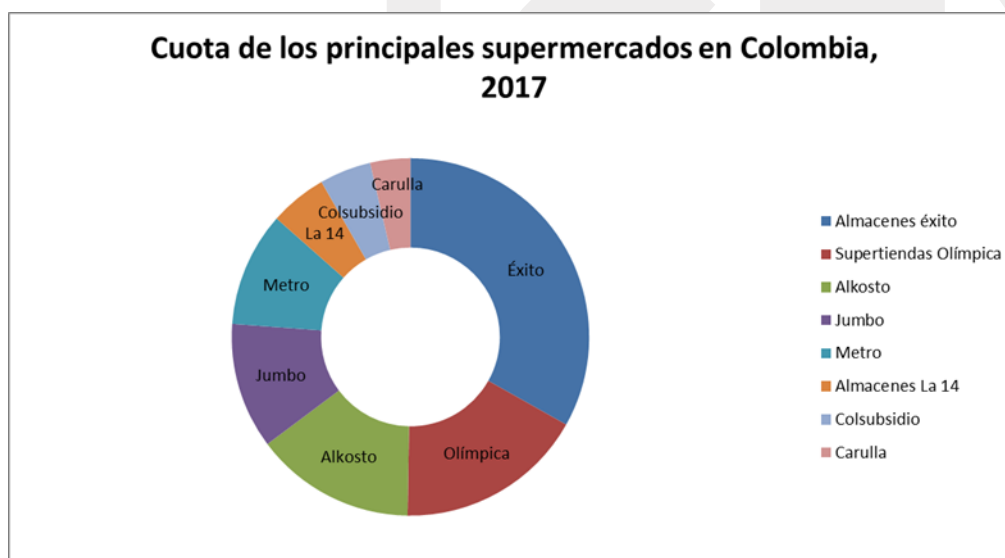
icex

7.1 Ranking de cadenas por canal

De acuerdo con el *share* de *retailers* de Kantar Worldpanel, dentro del canal moderno, Éxito lideró con una participación del 6,4%, seguido por Olímpica (3,3%). Por su parte, Alkosto se situó en tercer lugar, adelantándose a Jumbo (2,2%). Les siguen Metro (2%), La 14 (1,0%), Colsubsidio (0,9%) y Carulla (0,7%).

En tanto, dentro del canal de Independientes (establecimientos comerciales urbanos menores a 2.500 metros cuadrados), y que tuvo una participación total en Colombia durante 2015 del 14%, el primer puesto en los hogares se lo llevó Tiendas D1 con una participación del 3,1%, seguido por Surtimax con 1,5%, Cooratiendas y Superinter con 1,3%, Zapatoca con 0,8%, Mercamio con 0,5%, Ara y La Gran Colombia con 0,3%.

ILUSTRACIÓN 22. CUOTA DE LOS PRINCIPALES SUPERMERCADOS EN COLOMBIA



Fuente: Kantar worldpanel

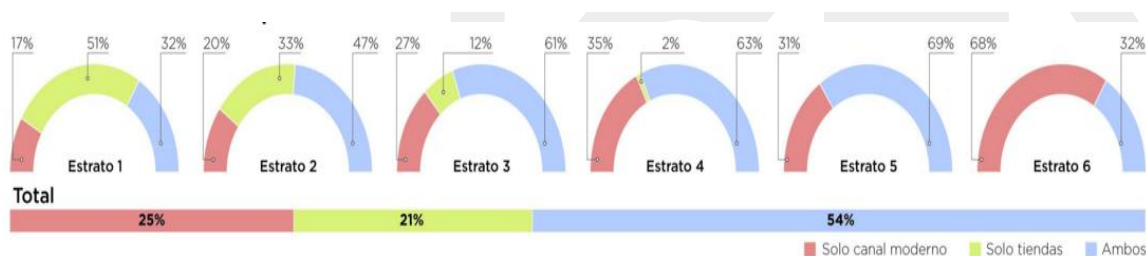
Por otro lado, durante 2015 el canal de venta por catálogo (ventas directas a través de catálogos) cerró con una participación del 7,1%, en donde Yambal es el líder en participación dentro del hogar con el 2%, Avon y Belcorp con el 1,8%, Natura con el 0,4% y otros catálogos con el 1,1%.

Aunque este panorama muestre que la participación de los minimercados y de canal tradicional decreció durante el año pasado, mientras que la de los independientes, hiperbodegas y droguerías viene en aumento, el comprador colombiano continúa diversificando sus compras en nuevos puntos de venta. No obstante, cabe destacar que el canal tradicional atiende en su

mayoría a ciudadanos de los estratos 1, 2 y 3, mientras que los estratos más altos optan por comprar en grandes superficies y cadenas. En los gráficos expuestos abajo se puede apreciar los hábitos de compra de los colombianos según el estrato social al que pertenecen.

Generalmente los productos que se importan en Colombia desde España suelen estar dirigidos a los estratos más altos de la población (aceite, jamón, vino, conservas, etc.), por lo que resulta más conveniente centrarse en la comercialización de los productos mediante las cadenas del canal moderno. Sin embargo, entre las desventajas de este canal se puede mencionar que los términos de pago a proveedores pueden ir de 30 a 120 días, lo que implica que los éstos deben contar con un alto monto de inversión en *working capital*; algunas cadenas de supermercados exigen que el primer pedido sea gratis (SIC, 2011). Por otra parte, se requiere una alta inversión, ya que se debe comprar espacios, un porcentaje del lineal, comprar *share*, hacer *push* al canal para asegurar volumen y potencial participación del mercado.

ILUSTRACIÓN 23. LUGAR DE COMPRA DE LOS COLOMBIANOS



Fuente: Kantar Worldpanel, noviembre 2015

Por otra parte, en este sector es posible evidenciar prácticas restrictivas de tipo vertical, las cuales usualmente serían establecidas por las empresas de este sector de forma unilateral. Generalmente estas prácticas son establecidas por una empresa a otras que se encuentran en un nivel diferente del proceso productivo. En este caso las prácticas restrictivas verticales se generan entre el *retailer* y el proveedor, cuando subordinan la compra de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales, que por su naturaleza no constituyen el objeto del negocio.

En el caso concreto del sector *retail* colombiano, se observa que empresas como Éxito desarrollan conductas de mercado que pudieran ser objeto de análisis bajo lo previsto en la legislación de competencia. Estas firmas poseen en la actualidad concentraciones importantes en el sector de comercio al por menor en general y de *retail* en particular, lo que sugiere a su vez que ostentan una posición de dominio en el mercado. Esta situación les permite, por lo menos potencialmente, modificar las condiciones del mercado específicamente en el mercado de la provisión, es decir pueden imponer y modificar las condiciones de los contratos con los proveedores unilateralmente.



De hecho, los proveedores (en su gran mayoría PYMES) ven en las grandes superficies la oportunidad de publicitar y posicionar su marca, para lo que refinan las condiciones de negociación para garantizarse el acceso al *retail*. Así pues, algunas de las condiciones impuestas por las grandes superficies pueden dejar en desventaja a los proveedores, al menos en la primera fase de la negociación. En Colombia en particular, cabe destacar que la negociación se efectúa generalmente en términos del espacio que ocupen los productos dentro del almacén, las condiciones de entrada, la rentabilidad, el mantenimiento del producto y la rotación del mismo, lo que puede dificultar el acceso de los proveedores al espacio *retail* en Colombia en igualdad de condiciones.

Así mismo, condiciones impuestas por los agentes *retail*, como el posicionamiento de sus marcas propias, que ocupan un importante porcentaje de las ventas y es producido por empresas locales, y otras prácticas de eficiencia como la promoción de crédito y tarjetas de fidelidad, imponen una vigilancia constante de la autoridad de competencia. En principio, porque si bien la alta concentración por sí sola no es perjudicial, y menos cuando hay entrada de nuevos actores extranjeros como es el caso, sí es claro que las grandes superficies tienen la capacidad de llevar a cabo negociaciones en gran volumen con proveedores que pueden ser discriminados.

icex

7.2 Principales cadenas de distribución

Grupo éxito



Grupo Éxito es una compañía colombiana de comercio al detalle fundada en 1949 con sede en Medellín. Se ha transformado en una corporación multiindustria, multi-formato, multi-marca y multi-negocio, que está compuesta por su empresa matriz Almacenes Éxito S.A. y sus filiales Carulla, Surtimax, Superinter, Viva y Fundación Éxito, y tuvo ingresos por 51,6 billones de pesos en 2016, con un crecimiento comparable del 14.5%.

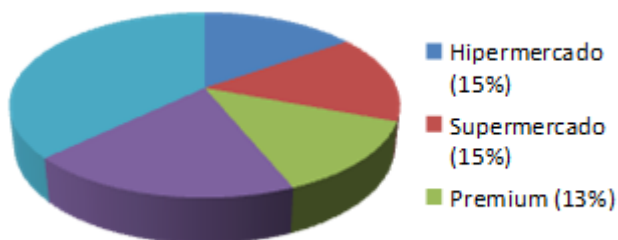
Los formatos de establecimiento que ofrece son Hipermercados, Supermercados, Cash & Carry (de descuento), Premium y de Conveniencia.

En Colombia, cuenta con 591 establecimientos, entre Hipermercados (Éxito), Supermercados (Éxito), Premium (Carulla), tiendas de Conveniencia (Éxito y Carulla) y Cash & Carry (Surtimax y Superinter). En total son 1.576 tiendas en toda Sudamérica, repartidas entre Brasil, Colombia y Uruguay. El Grupo Éxito cuenta también con una tienda *e-commerce* donde los usuarios pueden realizar la compra a través de la red.

Por otro lado, mencionar su nueva línea de negocio de distribución al por mayor, puesto que el reciente 12 de mayo de 2016 abrió Surtimayorista, apuesta que busca surtir la demanda para pequeños negocios, restaurantes o consumidores que gustan de comprar grandes volúmenes. Con este nuevo formato el Grupo Éxito buscará profundizar su penetración en el mercado colombiano.

Grupo Éxito cuenta con más de 3.300 puntos de venta dados en concesión y arriendo (500 en centros comerciales).

GRÁFICO 20: ESTABLECIMIENTOS DEL GRUPO ÉXITO



Fuente: Presentación corporativa Grupo Éxito

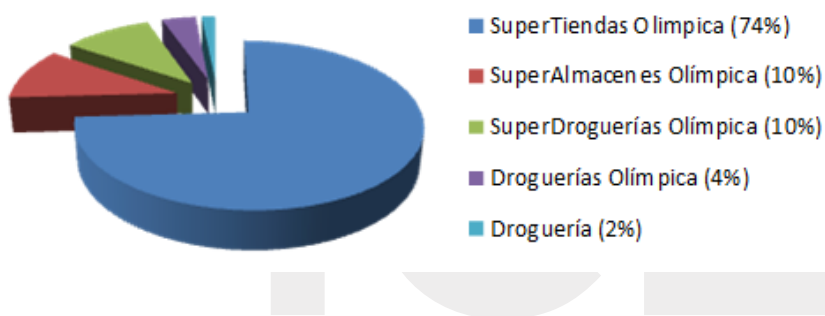
Supertiendas y droguerías olimpica



Olímpica es la cadena de *retail* más grande de Colombia con capital 100% nacional y segundo en ranking por ventas. Compañía que cuenta con diferentes formatos de establecimientos, como son las denominadas Supertiendas Olímpica, Superalmacenes Olímpica, Superdroguerías y Droguerías.

Cuenta con un total de 350 establecimientos, de los cuales la mayoría son del tipo Supertiendas Olímpica, seguidos de SuperAlmacenes Olímpica, SuperDroguerías Olímpica, y Droguerías Olímpica.

GRÁFICO 21: ESTABLECIMIENTOS DE OLÍMPICA



Fuente: Página web corporativa Grupo Olímpica

7.3 Tendencias de la distribución y dinámica de compra

En primer lugar, cabe mencionar que no existe un patrón común a todos los países de la región en lo que respecta a categorías y canales. En Colombia, la dinámica de compra ha evolucionado en los últimos años hacia más viajes de compra y más ítems por ocasión. El canal tradicional no presenta un crecimiento significativo, pero sí crecen los mini mercados, tanto en Colombia como en México.

Por su parte, los canales *hard discount* y los grandes almacenes y mayoristas están resultando ser, en los últimos años, un modelo muy exitoso y con gran potencial de crecimiento, debido a las fórmulas de coste/beneficio.

Las estrategias de precios, tales como descuento en el precio; promociones 2x1; lleve más, pague menos; concursos/sorteos/premios; productos con regalo; etc., son percibidas como beneficios inmediatos.

Al igual que ocurre en los mercados más desarrollados, la distribución colombiana (tanto de alimentos como de otros productos de consumo) comienza a tender hacia la concentración, con dos grupos mayoritarios que acaparan gran parte de la cuota de mercado. Fruto de esta concentración, algunas de las cadenas de supermercados están comenzando a importar directamente determinados productos, disminuyendo el número de agentes que forman parte del canal de distribución. Para eliminar intermediarios e incrementar los márgenes, las cadenas de distribución han comenzado a negociar directamente con los proveedores y prescindir de importadores locales, lo que ha reducido la presencia de éstos en el sector. No obstante, estos importadores siguen siendo un importante socio cuando se trata de llegar hasta los pequeños comerciantes, que siguen teniendo un gran peso dentro del sector.

El comercio electrónico

El comercio electrónico en Colombia experimentó, de 2015 a 2016, un crecimiento del 64%. En la actualidad, el porcentaje de *retail* digital respecto a la totalidad del *retail* sobrepasa el 3%, lo que indica que cada vez más colombianos compran *online*. En torno al 73% de las mujeres y el 79% de los hombres son compradores *online*, la mayor parte en un rango de edad comprendido entre los 15 y los 34 años, distribuidos equitativamente entre casi todos los estratos. Lo cual demuestra que la estrategia para alcanzar estos nuevos segmentos de consumidores de alimentación debe pasar por la creación de tiendas web.

De hecho, las ventas a través de internet en la actualidad suponen cada vez un porcentaje más alto de la facturación total de las cadenas. Un ejemplo de este crecimiento es la web de los supermercado Éxito, líder actual del comercio electrónico en Colombia que, en el primer trimestre de 2018 logró un crecimiento del 34.8%.

Las apps son uno de los medios más utilizados para realizar compras online. El uso de estas aplicaciones demuestra que Colombia es un país muy dinámico en este aspecto. Entre los catalizadores del *e-commerce* y el *mobile-commerce* para la categoría de alimentos en Colombia destacan los siguientes: Rappi; domicilios.com; merqueo.com y mercadoni.

El aspecto más determinante para lograr el éxito en los mercados digitales es la logística, donde los aspectos mejor valorados son los envíos gratuitos, los tiempos y lugares de entrega, las garantías sobre los productos, etc.

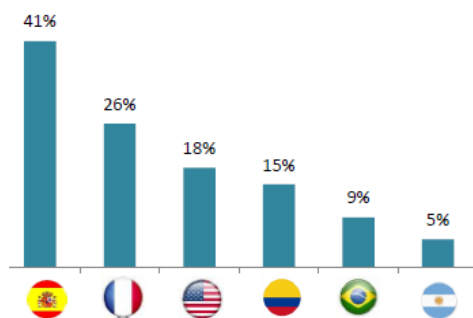
Los alimentos a domicilio (restaurantes) son la categoría de alimentación que más se compra en el canal *online*, seguidos de los alimentos envasados, vinos y bebidas alcohólicas y, por último, los alimentos frescos.

Aun así, al segmento de alimentación aún le queda recorrido en cuanto a conversión *online* frente a otros segmentos mucho más avanzados como la moda, los viajes o la electrónica, si bien es la categoría con mayor potencial de crecimiento a medio plazo, con una proyección de crecimiento del 161.2% entre 2016 y 2021.

Marcas blancas

En un principio los productos de marcas blancas o marcas propias de los almacenes estaban caracterizados como bienes inferiores por tener precios bajos y tener el estigma de ser de mala calidad. Sin embargo, a medida que se han venido transformando las preferencias de los consumidores, los grandes almacenes de cadena han dejado de preocuparse solo por el precio sino también por la calidad de los productos que cobijan bajo su nombre invirtiendo grandes cantidades de recursos para hacerlos más competitivos, la demanda de estos productos no solo ha aumentado en épocas de crisis cuando se busca economía en la cesta de consumo sino también en épocas de auge siendo consumidos tanto por los perfiles de ingresos bajos como por los de ingresos medio-altos.

ILUSTRACIÓN 24. PENETRACIÓN DE MARCAS BLANCAS



Fuente: Presentación corporativa Grupo Éxito



En 2017, el 13% del presupuesto de las compras de los colombianos se destinó a la adquisición de artículos de marcas propias de las grandes cadenas (en 2016 la cifra fue del 10%), siendo los productos lácteos los más atractivos, acumulando el 17% de las compras, y los alimentos en general (15%).

Por canales, donde más participación tienen las marcas propias es en los *hard discount* (70%), seguido de las hiper bodegas (21%), las grandes cadenas (15%) y, finalmente, los canales independientes (11%).

Dentro de las razones por las que la demanda de estos productos ha aumentado se incluye que los consumidores consideran que están obteniendo una gran calidad por el mismo dinero que gastan, estrategias de posicionamiento de los supermercados y la ampliación y mejora en la oferta de productos de marca blanca. No obstante, si bien la venta de este tipo de productos muestra una clara tendencia al alza, cabe mencionar que el porcentaje de ventas en Colombia es visiblemente inferior que en otros países. Como se puede apreciar en el gráfico, si bien en España la venta de productos de marca blanca suponen un 41%, en Colombia únicamente representan el 15% del total.



7.4 Infraestructura logística y transporte de carga en Colombia

Colombia cuenta con una ubicación privilegiada, situada en el punto focal de la actividad marítima por su cercanía al Canal de Panamá y en el cruce de las principales vías de comunicación del comercio mundial. Es el punto de conexión estratégico entre Norte y Sur América, y entre la Costa Este y Oeste de EE.UU y Asia.

En los puertos y aeropuertos nacionales, se enlazan las más importantes navieras y aerolíneas del mundo, siendo punto estratégico en la conectividad global. Concretamente, desde los puertos colombianos, conectan más de 3.700 rutas marítimas de exportación en servicio regular, directas y con conexión, ofrecidas por más de 34 navieras con destino a más de 670 puertos en el mundo.

Puertos de Colombia

Actualmente, Colombia cuenta con 10 puertos: 8 en la Costa Caribe y 2 en el Pacífico. Los puertos de la Zona Caribe están localizados en La Guajira, Santa Marta, Ciénaga, Barranquilla, Cartagena, Golfo de Morrosquillo, Urabá y San Andrés. Los puertos del Pacífico están localizados en Buenaventura y Tumaco.

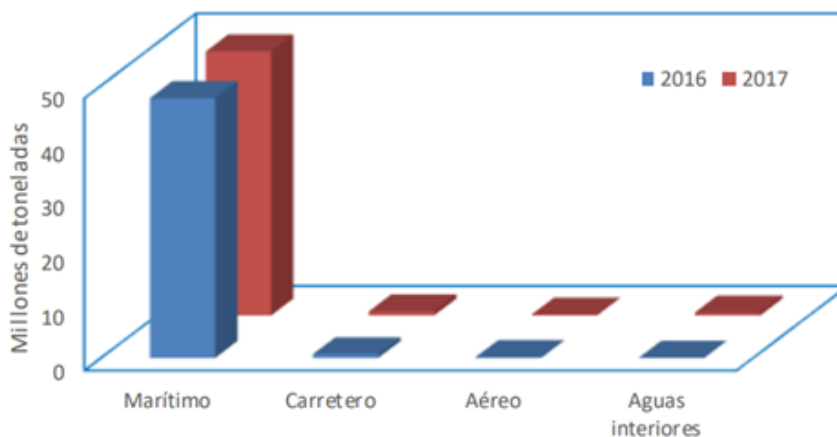
ILUSTRACIÓN 25: PRINCIPALES SOCIEDADES PORTUARIAS DE USO PÚBLICO DE COLOMBIA



Fuente: Procolombia

En 2017, Colombia movilizó por sus zonas portuarias en torno a 200 millones de toneladas de carga. Recibió alrededor de 900.000 contenedores en 2017. De hecho, el 97,1% de la carga arribada a Colombia se realiza vía marítima.

ILUSTRACIÓN 26. CARGA IMPORTADA POR MODO DE TRANSPORTE. ENERO-DICIEMBRE 2017

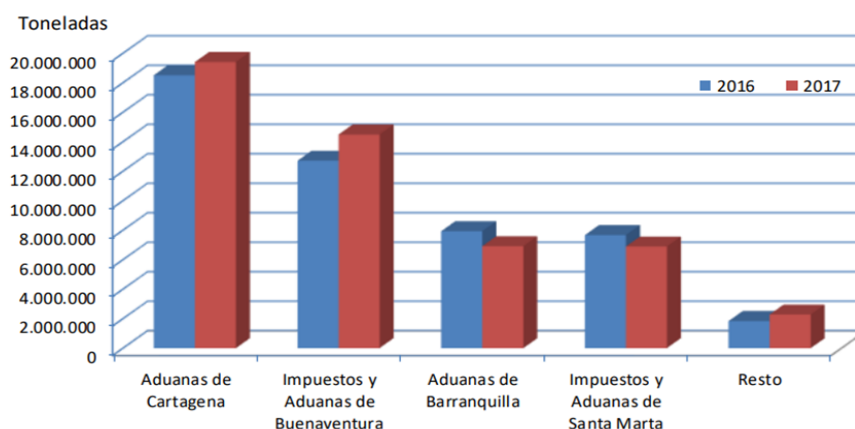


Fuente: DIAN

Respecto a las exportaciones vía marítima en concreto, la carga exportada por toneladas se situó en 145 toneladas, de las cuales el 99% fue enviado por vía marítima, modo de transporte que disminuyó un 3.6% en 2016.

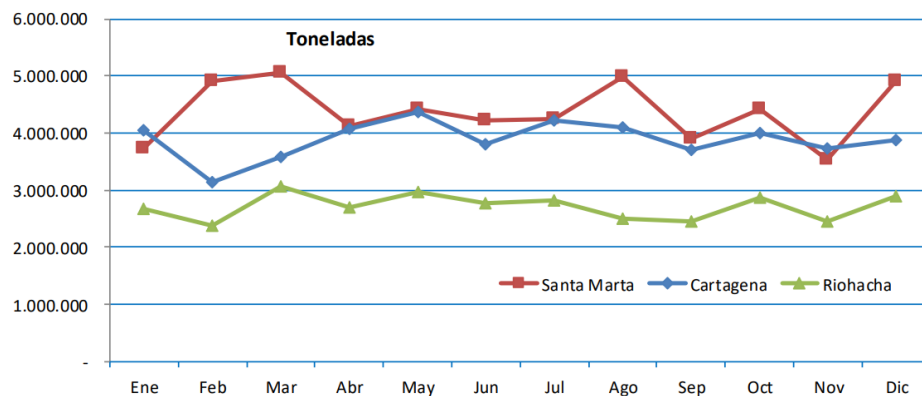
El puerto de Cartagena es el más importante respecto al transporte de contenedores. En 2017, representó el 60% de la carga importada y el 33% de la exportada.

ILUSTRACIÓN 27. CARGA IMPORTADA POR DIRECCIÓN SECCIONAL. ENERO-DICIEMBRE 2017



Fuente: DIAN

ILUSTRACIÓN 28. EVOLUCIÓN DE LA CARGA EXPORTADA. PRINCIPALES DIRECCIONES SECCIONALES. ENERO-DICIEMBRE, 2017



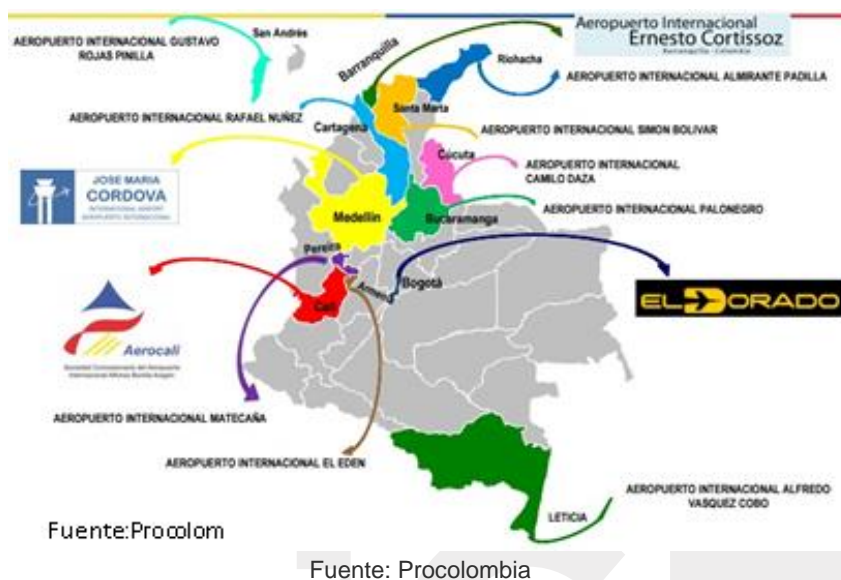
Fuente: DIAN

Aeropuertos

Colombia cuenta con 14 aeropuertos internacionales, 19 aeropuertos nacionales y 31 aeropuertos regionales con servicio regular. En 2017 se movilizaron casi 200.000 toneladas vía aérea, entre carga nacional, internacional, chárter y correo, de los cuales más del 80% de la carga aérea exportada fue flores frescas. El país cuenta además con más de 2.200 rutas de exportación para carga, directas y con conexión prestadas por 33 aerolíneas con acceso a 503 ciudades.

La mayor parte de la carga aérea exportada tiene como destino América del Norte, mientras que Perú fue el principal destino de la carga aérea a Sudamérica. El Aeropuerto Internacional el Dorado, localizado en la ciudad de Bogotá, es el principal aeropuerto de Colombia y se posiciona como el de mayor movimiento de carga en América Latina, con 820 mil toneladas de carga movilizadas en 2017.

ILUSTRACIÓN 29. INFRAESTRUCTURA AEROPORTUARIA

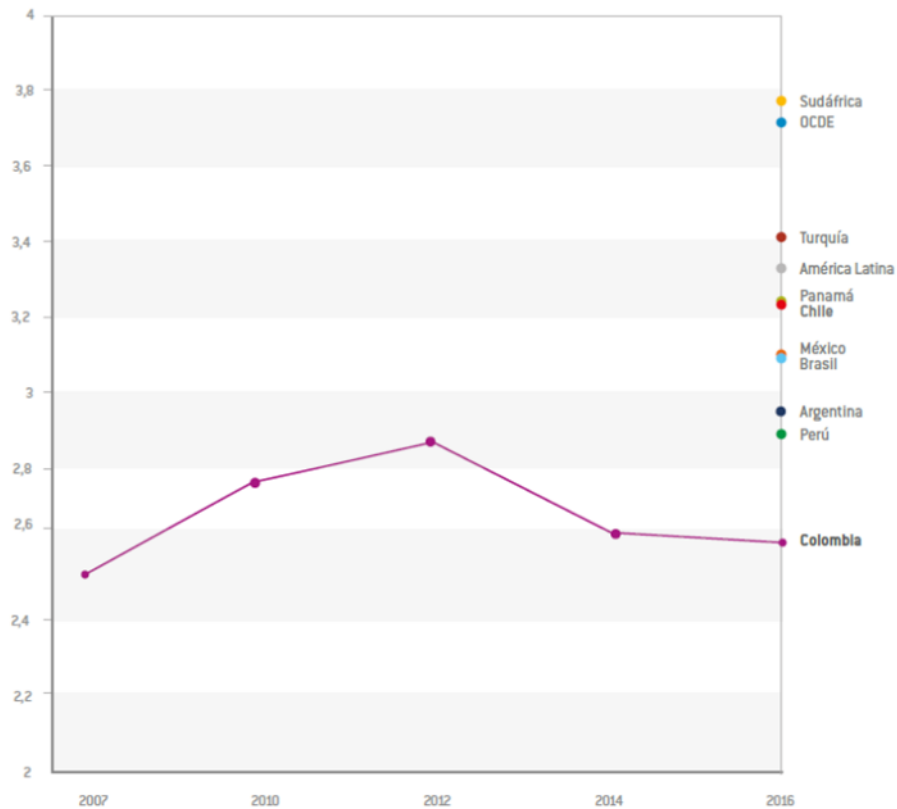


Desempeño logístico

El índice de desempeño logístico, desarrollado por el Banco Mundial, es un indicador fundamental para observar la competitividad de un país. Comprende una serie de variables que permiten optimizar los tiempos y costos de movilizar productos desde la fase de suministro hasta el consumidor final. Colombia ocupó el último lugar en 2016, frente a otros países de referencia, y está también muy por debajo del promedio de América Latina y de los países de la OCDE.

El bajo desempeño logístico de Colombia se explica, entre otros factores, por las deficiencias en las aduanas y por la dificultad para contratar envíos a precios competitivos. Además, pese a que la implementación del programa de infraestructuras 4G podrá generar ahorros de un promedio de hasta un 30%, a día de hoy los trámites de comercio exterior, los elevados costes de transporte, la falta de zonas de carga y descarga, los tiempos muertos en los puertos y la ausencia de transporte multimodal incrementan considerablemente los costes de exportación e importación.

ILUSTRACIÓN 30. ÍNDICE DE DESEMPEÑO LOGÍSTICO DE COLOMBIA Y OTROS PAÍSES DE REFERENCIA. 2007-2016



Fuente: Banco Mundial. Índice entre 1 y 5, donde 5 desempeña el mejor desempeño logístico



8. Acceso al mercado - barreras

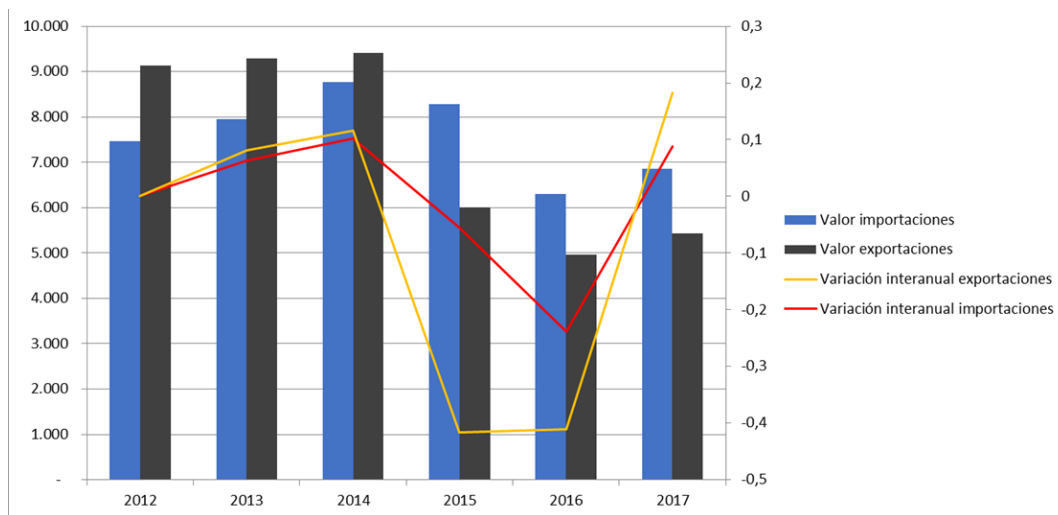
8.1 Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y Colombia

El 1 de agosto de 2013 entró en vigencia el Tratado de Libre Comercio entre los países miembros de la Unión Europea (UE), Perú y Colombia con el objetivo de promover el comercio internacional y la cooperación entre las naciones.

Cinco años después la entrada en vigor de este TLC con la UE, se observa que las importaciones procedentes de Europa crecieron, entre 2013 y 2014, a un ritmo mayor que las exportaciones, como puede observarse en el siguiente gráfico, lo que demuestra que el mercado europeo ha aprovechado más que el nacional este acuerdo.

Si bien, en 2017, las exportaciones han crecido a un ritmo mayor (9.42%) que las importaciones (8.79%). Aun así, la variación porcentual de las importaciones y las exportaciones en el periodo 2013-2017 arroja en ambos casos cifras negativas, de -13.76% y -41.45% respectivamente.

ILUSTRACIÓN 31. VALOR DE IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES ENTRE COLOMBIA Y LA UE (MILLONES DE DÓLARES FOB) Y VARIACIÓN INTERANUAL (%)



Fuente: DANE

De acuerdo al Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales, la utilización, el impacto y el aprovechamiento del acuerdo comercial no puede medirse con tan poco tiempo, ya que se requieren unos procesos en las empresas, en los sectores y en las propias regiones que son los que van a inducir un verdadero aprovechamiento.

La DIAN es el organismo responsable de garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias aduaneras y cambiarias.

Consultas Arancel DIAN: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces>

En el siguiente link se puede encontrar el cronograma de eliminación arancelaria de Colombia a la Unión Europea, así como las diferentes categorías de desgravación.

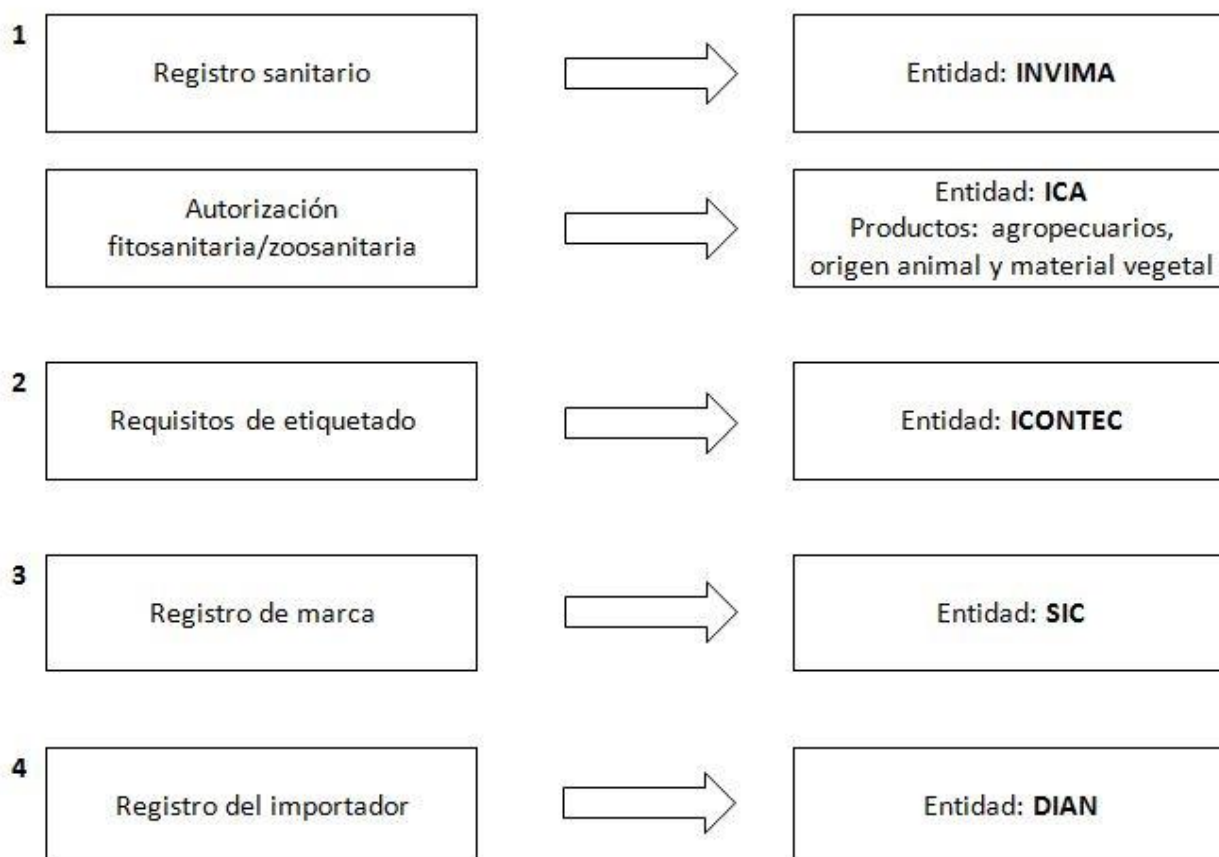
http://www.dian.gov.co/contenidos/otros/desgravacion_arancelaria_tlc_UE.html

8.2 Impuestos: IVA y otros especiales

El Impuesto al Valor Agregado es un impuesto nacional que grava tanto bienes como servicios. En Colombia, tras la reforma estructural introducida por la ley 1819/2016, la tarifa general del IVA es del 19% pero existen tarifas reducidas del 0% y 5% para ciertos bienes y servicios.

8.3 Requisitos comerciales y técnicos

Para poder introducir alimentos en Colombia, es necesaria la realización de una serie de trámites



y registros. A continuación se ofrece un esquema de los principales pasos que son necesarios.

Registro sanitario

El Instituto de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) es la entidad encargada de garantizar la salud pública en Colombia, ejerciendo inspección, vigilancia y control sanitario.

Para la importación de un producto alimenticio se requiere diligenciar ante el INVIMA el registro sanitario. Desde la Oficina Comercial recomendamos que el titular del registro sea la empresa española y no el importador, con lo cual se evita demoras y costos en caso que deseen efectuar alguna modificación al registro; este último aspecto depende de la modalidad de importación o venta que se haya escogido en el registro:

- Si el registro expone una exclusividad con una empresa importadora no es posible hacer una adición de otras empresas. Por tanto el paso a seguir sería sacar un nuevo registro sanitario que permita hacer la adición de varias empresas.
- Si el registro sanitario indica en su modalidad que no hay exclusividad de importación, se puede pedir una modificación del registro al INVIMA, en donde se tienen que adjuntar las debidas autorizaciones y documentos de soporte de las nuevas empresas importadoras a incluir.

Conforme a la resolución 2674 de 2013 artículo 39 la vigencia del registro, permiso, notificación sanitaria es la siguiente:

- Registro sanitario (alto riesgo): 5 años
- Permiso sanitario (medio riesgo): 7 años
- Notificación sanitaria obligatoria (bajo riesgo): 10 años

Página web: www.invima.gov.co

Importación productos agropecuarios

Es importante tener en cuenta que para poder ingresar productos insumos agropecuarios, productos de origen animal y material vegetal será necesario contar con una sucursal o bien un importador titular del registro. El tiempo estimado para estos trámites es de 4 a 10 días hábiles (estudio de la solicitud) y hasta 30 días para el registro completo. Estos trámites son competencia del ICA (Instituto Colombiano Agropecuario).

Los documentos zoonosanitarios y fitosanitarios también son expedidos por este organismo. Para ello, se debe presentar por escrito una solicitud previa al embarque y para cada importación ante el Grupo de Prevención de Riesgos Fitosanitarios del ICA.

Página web: www.ica.gov.co/

Normas de etiquetado

El Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, ICONTEC, es el organismo nacional de normalización cuya misión fundamental es brindar soporte al productor y protección al consumidor.

En general, en el rotulo o etiquetas de los alimentos deben incluir los siguientes aspectos, recogidos en la Norma Técnica Colombia (NTC) 512-1:

- Nombre del alimento.
- Lista de ingredientes. Cuando el rotulado destaque el uso de algún ingrediente, debe indicarse el porcentaje.

- Contenido neto y masa escurrida.
- Nombre y dirección: Debe indicarse el nombre o razón social y la dirección del fabricante o del envasador, o la dirección corporativa (oficina central o sede principal). En el caso de los productos importados además debe indicarse el nombre y la dirección del importador del alimento. Para alimentos que sean fabricados, envasados o re-empacados por terceros en el rótulo o etiqueta deberá aparecer la siguiente leyenda: "FABRICADO, ENVASADO O REEMPACADO POR (FABRICANTE, ENVASADOR O REEMPACADOR) PARA: (PERSONA NATURAL O JURIDICA AUTORIZADA PARA COMERCIALIZAR EL ALIMENTO)".
- País de origen
- Identificación del lote
- Marcado de la fecha e instrucciones para la conservación
- Instrucciones para el uso
- Número del registro sanitario: Todo alimento que se expendia directamente al consumidor bajo marca de fábrica y con nombres determinados, deberá contar con registro sanitario INVIMA.

Además, en el caso de las bebidas alcohólicas, todas las etiquetas deberán llevar la siguiente leyenda:

- "EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD" (Ley 30 de 1986)
- "PROHIBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD"(Ley 124 de 1994)

La normativa colombiana es muy específica que lo que se refiere al etiquetado de alimentos. Para poder obtener más información, se recomienda revisar la NTC 512-1.

Página web: <http://www.icontec.org/>

Registro de marca

El organismo colombiano encargado de los trámites para el registro de marcas es la Superintendencia de Industria y Comercio. Al igual que ocurre con el registro sanitario, se recomienda mantener la titularidad a nombre del fabricante español.

A la hora de presentar la solicitud, no es necesario presentar un formulario específico. Lo importante es completar los campos que la SIC requiere para tramitar la solicitud. Una vez presentada la solicitud, esta es revisada por la SIC, que dará una respuesta en los 15 días hábiles siguientes. En caso de requerir algún cambio, se ofrece al interesado el cambio en los próximos 60 días hábiles. A continuación, se procede a su publicación durante 30 días hábiles en la gaceta oficial del organismo. Esto permite alegaciones por parte de terceros durante el tiempo que esté publicada. La empresa que está interesada en registrar la marca tiene la posibilidad de alegar



ante la oposición de terceros. Finalmente, es necesario pasar el examen de fondo o registro de la SIC, que aprueba o deniega el signo solicitado. Una vez aprobado, la marca tiene vigencia durante 10 años.

En resumen, será necesario realizar los siguientes pasos:

1. Presentación de solicitud
2. Revisión / examen de la solicitud
3. Publicación en el Gaceta Oficial
4. Alegaciones de terceras partes
5. Examen de fondo o registro
6. Renovación

El tiempo estimado para completar todos los pasos está entre 6 y 9 meses.

Página web: <http://www.sic.gov.co/>

Registro ante la DIAN

Aunque no se trata de un trámite que tenga que hacer el exportador, es importante saber que el socio colombiano debe estar debidamente registrado como importador ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN. Así, será necesario disponer del Registro Único Tributario (RUT), documento expedido por la DIAN cuyo objetivo es identificar a los contribuyentes de todo tipo de impuestos en el país, por lo que cualquier persona que reciba remuneración por cualquier tipo de actividad en el país, bien sea como independiente o empleado, necesita tramitar este documento. Los costes y plazos de estos trámites pueden consultarse en la página Web del organismo: <http://www.dian.gov.co/>

9. Perspectivas del sector

Tras la clausura de la feria Alimentec 2018 –organizada por Corferias y Koelnmesse– celebrada entre el 5 y el 8 de junio pasados en Corferias, en Bogotá, ha quedado demostrado cómo, tras la creciente internacionalización del evento, Colombia se sitúa como una plataforma importante para el desarrollo de nuevos negocios. Debido a su ubicación geográfica, Bogotá es un centro óptimo para acceder a los mercados regionales de Latinoamérica y la Región Andina. Esta X Edición de Alimentec contó con 17 pabellones internacionales, registrando un crecimiento del 49% respecto a la edición anterior. El número de expositores internacionales también aumentó en un 53%.

El reporte elaborado por Corferias asegura que esa industria muestra una línea ascendente anual de manera regular y facilita a los inversionistas encontrar un escenario favorable para invertir en materia de comidas procesadas, fruticultura, bebidas, tecnologías, suministros, empaques y servicios.

La capital colombiana tiene el mayor ascenso en esta industria. Actualmente concentra el 43% de todas las ventas del territorio nacional. A su vez, Bogotá alberga 46 de las 100 empresas extranjeras más importantes en esta rama productiva.

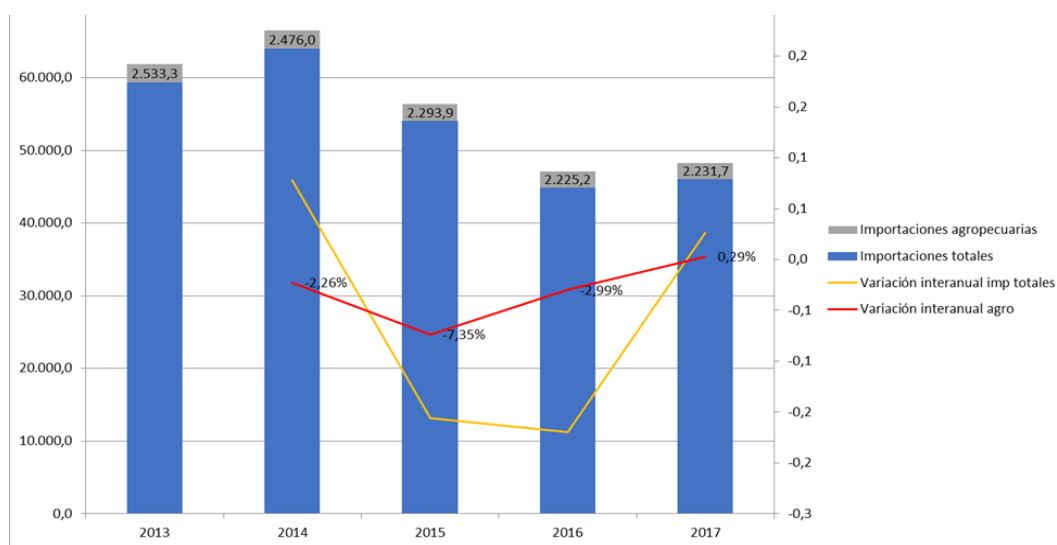
Por tanto, las perspectivas de crecimiento para el sector agropecuario en Colombia son positivas, y se explican principalmente por tres factores:

1. El incremento en la demanda mundial de alimentos que se conjuga con las condiciones geo climáticas colombianas y permiten el aumento sostenido de la oferta agropecuaria.
2. La evolución reciente de sector agropecuario que ha mostrado un crecimiento superior al de otros renglones de la economía.
3. El incremento del gasto del Gobierno Nacional dirigido al sector agropecuario.

Por su parte, las importaciones agropecuarias alcanzaron los US\$2.231.7 millones en los últimos doce meses, a diciembre de 2017, equivalente al 4.8% de las importaciones totales del país. Desde 2014 las importaciones agropecuarias han presentado cifras negativas, pero con una

tendencia a la recuperación, hasta situarse en 2017 en niveles positivos (0.29%). Este comportamiento coincide con el de las importaciones totales, que en 2017 presentaron una variación positiva del 2.74% respecto al año anterior, tal y como puede observarse en el siguiente gráfico:

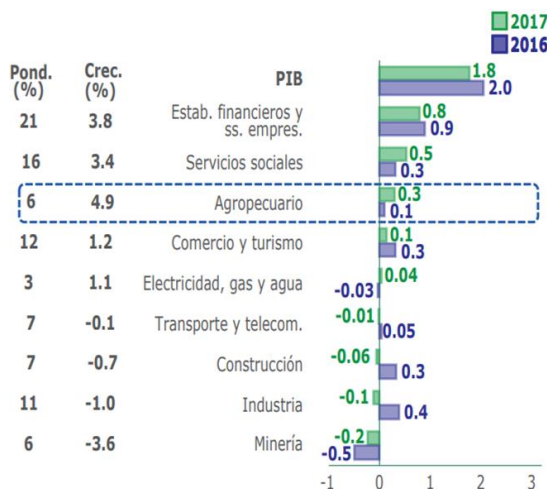
ILUSTRACIÓN 32. EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES TOTALES Y AGROPECUARIAS (MILLONES DE DÓLARES, CIF) Y VARIACIONES INTERANUALES (%)



Fuente: DANE

No obstante, la caída de las importaciones agropecuarias no ha sido de la magnitud observada en las importaciones totales. El maíz, el trigo y la soja fueron los principales productos agropecuarios importados hasta mediados de 2016, representando el 73% de las importaciones totales de esta categoría. El maíz, base de la alimentación del sector pecuario, experimentó un crecimiento del 32% respecto al año anterior, con 2.5 millones de toneladas y US\$456 millones (CIF) para el período de referencia. La devaluación del peso frente al dólar no contribuyó a reducir las compras externas, debido a que los bajos precios internacionales compensaron el incremento por tasa de cambio.

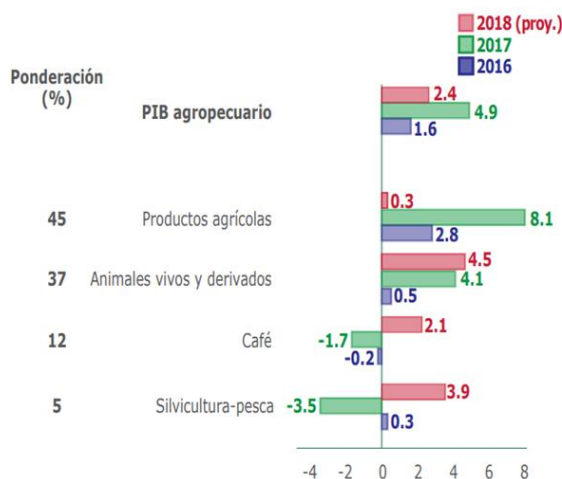
ILUSTRACIÓN 33. CONTRIBUCIÓN AL CRECIMIENTO DEL PIB POR OFERTA (%) 2016 VS 2017



Fuente: Anif y DANE

La Asociación Nacional de Instituciones Financieras de Colombia (Anif) prevé una desaceleración del PIB-real agropecuario hacia el 2.4% anual en 2018, frente al 4.9% de 2017 (año en el que el sector agropecuario se consolidó como líder), nivel muy similar al crecimiento del 2.3% proyectado para el conjunto de la economía.

ILUSTRACIÓN 34. PIB AGROPECUARIO POR SUBSECTORES. VAR. % ANUAL 2016-2018



Fuente: Anif y DANE

“Sostener los ritmos de crecimiento del agro observados en 2017 durante el período 2018-2020 va a ser una tarea difícil, considerando: i) los rendimientos marginales decrecientes de la renovación cafetera, puesto que el parque cafetero está trabajando a su máxima capacidad; ii) las afectaciones a las cosechas por la desfavorable situación climática, como consecuencia del



Fenómeno de La Niña y iii) el declive en los precios internos de algunos de los productos agropecuarios (por sobreproducción). Todo ello muestra la necesidad de priorizar el sector agropecuario de Colombia, más a la hora de pensar en el posconflicto. En particular, se debe: i) acelerar la provisión de infraestructura regional (vías secundarias y terciarias), habilitando recursos territoriales; y ii) consolidar una política de inversiones estratégicas de largo plazo, mejorando los derechos sobre la tierra, reforzando el sistema de innovación en el sector y fortaleciendo el marco institucional agrícola.”

Las perspectivas del sector son buenas, los pronósticos señalan, según Invest in Bogotá, que el país registrará un crecimiento anual del 7% en el consumo de alimentos y bebidas, lo que conllevará que las ventas en este sector alcancen los 25.000 millones de dólares en 2021. En 2017, las ventas de estos productos alcanzaron los 13.200 millones de dólares.

icex

10. Oportunidades

El sector de la agroindustria se presenta como uno de los sectores estratégicos y con mayores oportunidades de inversión (junto con las manufacturas y servicios).

Algunas de las condiciones favorables que posee el país para el desarrollo del sector agroindustrial son la enorme disponibilidad de tierras (sobre todo después de la firma del Acuerdo de Paz), sus características climáticas y la abundancia de recursos hídricos. Según la Organización Mundial para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Colombia es uno de los siete países que tiene el reto de fortalecer el sector agrícola para satisfacer las necesidades alimenticias del mundo debido al crecimiento de la población. En este sentido, Colombia Siembra se presenta como la gran estrategia política. El desarrollo del agro en Colombia es por tanto, el gran desafío del presente y a la vez se trata de una gran oportunidad de futuro.

Además, téngase en cuenta que el país se muestra como una plataforma exportadora para establecer *hubs* logísticos: tiene una posición privilegiada con acceso a los océanos Pacífico y Atlántico, y cuenta con 15 tratados de libre comercio vigentes.

Las entidades públicas que apoyan el desarrollo del sector son: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Programa de Transformación Productiva y Procolombia.

Por tanto, Colombia cuenta con excelentes oportunidades para la inversión sobre todo en los siguientes subsectores:

Acuicultura: destaca sobre todo la industria camaronera y la industria piscícola.

- Industria camaronera: Huila es el departamento de Colombia que concentra mayor número de compañías piscícolas en el país. Lo siguen Bogotá D.C. y el departamento del Valle del Cauca con el 20% de participación cada uno.
- Industria piscícola: principalmente tres especies: tilapia, cachama y trucha. El departamento de Nariño ubicado en la Costa Pacífica, concentra más de 50% de las compañías especializadas en la industria camaronera. En la costa Atlántica, el departamento del atlántico cuenta con el 33% de las empresas registradas y el departamento de Bolívar, con el 10%.



Entidades relacionadas: Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca (AUNAP) y Centro de Investigación de la Acuicultura en Colombia (CENIACUA).

Cacao, chocolatería y confitería: Colombia cuenta con dos millones de hectáreas aptas para el desarrollo de cultivos de cacao. Ecuador, Colombia, Perú y Venezuela producen el 70% del cacao fino y de aroma del mundo.

Cárnicos: Colombia ofrece beneficios para promover las inversiones en proyectos en el sector cárnico, dentro de los cuales se destacan las Zonas francas (multiusuario y unipersonales) y el Plan Vallejo:

- Zonas francas: régimen que contempla dos tipos de áreas que gozan de los mismos beneficios, pero a las cuales aplican distintos requisitos en materia de inversión y generación y empleo.
 - o Zona franca multiusuario: la empresa debe presentar el proyecto ante el usuario operador de la Zona Franca, y cumplir dentro de los tres años siguientes a la declaratoria, con requisitos de inversión y empleo, según el monto total de sus activos.
 - o Zona Franca Uniempresarial para proyectos agroindustriales: permite el reconocimiento como Zona Franca en cualquier lugar del país a una nueva persona jurídica para el desarrollo de un proyecto de inversión de alto impacto económico y social. Algunos subsectores de la agroindustria, incluyendo el sector cárnico, cuentan con requisito más flexibles en materia de inversión y empleo.
- Plan vallejo: este programa permite importar bienes de capital y repuestos o materias primas e insumos, con suspensión total o parcial de tributos aduaneros (IVA y arancel), bajo el cumplimiento de ciertos requisito de exportación. El Plan Vallejo también permite gozar de trámites a la importación simplificados.

Hortofrutícola: montaje de plantas productoras de alimentos preservados, mermeladas, salsas y otros productos derivados de las frutas y vegetales. Además, los productos orgánicos y sostenibles representan una gran oportunidad debido a las nuevas tendencias internacionales de alimentación. Muchos de estos productos pueden crecer en el país.

Entidades relacionadas: Fondo Nacional de Fomento Hortofrutícola (ASOHOFrucol)

Lácteos: la calidad de la leche producida en Colombia contiene porcentajes de proteína y grasa superiores a los de importantes productores mundiales como Nueva Zelanda, Alemania, Suiza, Canadá y EE.UU. En concreto, 3.057 millones de litros de leche fresca disponibles para el procesamiento por parte de nuevas industrias, cantidad que actualmente no entra al canal formal de transformación.

Entidades relacionadas: Federación Nacional de Ganaderos de Colombia (FEDEGAN).

10.1 Tendencias en el sector de alimentación

Los consumidores colombianos son cada vez más conscientes de las tendencias de alimentación saludables y de la calidad de los productos que consumen y, en consecuencia, dedican más tiempo al proceso de decisión de compra.

Y no sólo los consumidores son conscientes de este hecho, sino que productores y distribuidores también se han dado cuenta del potencial de esta nueva línea de negocio. Prueba de ello es la inversión que el Grupo Éxito, la cadena de distribución más grande de Colombia, va a realizar a lo largo de 2018 en la creación de tres *fresh markets*, para vender productos frescos, saludables y orgánicos “elaborados bajo procesos naturales o cultivados con sistemas amigables”, por valor de 12.000 millones de pesos. El objetivo de esta estrategia es estimular a consumidores y productores y compartir los beneficios de este nuevo formato, logrando que represente el 10% de las ventas anuales de Carulla. A esta iniciativa dirigida a públicos de todos los estratos socioeconómicos ya se han unido, entre otras, empresas de café, cacao, cerveza, productos frescos, etc.

La fuerza con la que entra esta tendencia en el mercado colombiano es interesante de analizar. Más allá de la alimentación tradicional, la nueva corriente abarca factores asociados a la nutrición, la salud y el *fitness*. Esta nueva corriente ha surgido, en parte, por la interacción del consumidor con nuevos medios digitales.

Al observar las estanterías de los supermercados no es extraño ver a los consumidores preocuparse por los ingredientes que aparecen en las etiquetas de los productos y otra serie de conductas que ayudan al consumidor a formar su decisión de compra y a entender el valor añadido de los productos. Estos hechos hacen plantearse a los productores preguntas como las siguientes: ¿cómo decide el consumidor entre una y otra marca?, ¿cuál es la importancia del *packaging* en el punto de venta? ¿Cuál es el momento en el que se consume cada categoría de productos? ¿Dónde y cómo se consumen?

Frente a otros países de la región como Brasil, mucho más avanzados en lo que a alimentación saludable se refiere, o países más desarrollados como Estados Unidos, que han creado formatos *retail* como *Whole Foods* especializados en alimentación saludable, el mercado colombiano presenta retos y oportunidades en este ámbito. Por ejemplo, según DANE actualmente el 32% de los colombianos comen fritos todos los días.

Este nuevo panorama de oportunidades abre nuevas vías para el comercio internacional y despeja el camino a nuevos competidores nacionales e internacionales.

11. Información práctica

Ferias

- **Feria Internacional de la Alimentación Alimentec.**

Página web: <http://feriaalimentec.com/>

Lugar de celebración: Corferias – Centro de Convenciones. Bogotá

Descripción: Alimentec es el encuentro más representativo de la industria alimenticia colombiana y latinoamericana. Participan sectores diversos como bebidas, aditivos, tecnología, software, maquinaria, equipamiento, suministros o embalaje. La edición de 2018 ha batido récord de empresas españolas participantes, si bien es verdad que el perfil de público asistente ha sido, en su mayor parte, consumidores o propietarios de pequeños comercios, echándose en falta la participación de distribuidores e importadores de envergadura. El informe de feria de la X Edición puede ser consultado en la página web de ICEX (www.icex.es).

La próxima edición de Alimentec será del 9 al 12 de junio de 2020.

- **Agroexpo.**

Página web: <http://www.agroexpo.com/>

Lugar de celebración: Corferias – Centro de Convenciones. Bogotá

Descripción: Agroexpo reúne la más variada y completa muestra agrícola y del sector pecuario nacional e internacional, así como de insumos y cadenas productivas para el procesamiento de alimentos. Se trata de una feria tradicional, que viene realizándose bienalmente desde 1977.

Próxima edición: por confirmar.

- **Expo Agrofuturo.**

Página web: <http://www.expoagrofuturo.com/>



Lugar de celebración: Corferias – Centro de Convenciones. Bogotá

Descripción: Expo Agrofuturo es una importante plataforma de negocios y conocimiento para el agro, y reúne los principales actores del sector en Latino América. Se realiza anualmente.

La próxima edición tendrá lugar los días 22,23 y 24 de agosto de 2018.

- **Expo La Barra.**

Página web: <http://expolabarra.com>

Lugar de celebración: Centro de Convenciones Compensar. Avda. 68. Bogotá.

Descripción: Evento que reúne a los decisores de compra de hoteles, restaurantes, casinos, casas de banquetes y *caterings* de Colombia.

Próxima edición: 24-25 de octubre de 2018.

- **Maridaje.**

Página web: <http://www.maridaje.com.co>

Lugar de celebración: Recinto de exposiciones Plaza Mayor, Medellín

Descripción: evento que tiene como objetivo encontrar el maridaje perfecto. Representantes de los principales restaurantes, pastelerías y marcas de alimentación de la región de Antioquía se dan cita en maridaje para introducir a los ciudadanos colombianos en el arte de combinar bebida y gastronomía.

Próxima edición: del 2 al 6 de noviembre de 2018.

- **Sabor Barranquilla**

Página web: <http://saborbarranquilla.com>

Lugar de celebración: Centro de eventos del Caribe Puerta de Oro. Barranquilla

Descripción: feria gastronómica más importante de la Gran Cuenca del Caribe, por la riqueza y variedad de su oferta culinaria, su agenda económica y los talleres con los chefs invitados.

La próxima edición se celebrará del 23 al 6 de agosto de 2018.



Publicaciones del sector.

- Revista La Barra. Página web: <http://revistalabarra.com>
- Revista lalimentos. Página web: <http://revistalalimentos.com>
- Dinners. Página web: <http://revistadiners.com.co>

Asociaciones:

- ACODRES: Asociación Colombiana de la industria gastronómica
Página web: <http://acodres.com.co>
- ANDI: Asociación Nacional de Empresarios de Colombia – Cámara de la Industria de Alimentos
Página web: <http://www.andi.com.co>
- ASOVINOS: Asociación Nacional de Vinos de Colombia
Página web: <http://www.asovinos.co>
- ACODIL: Asociación Colombiana de Importadores de Vinos y Licores

Escuelas de hostelería:

- Escuela superior de hostelería de Bilbao ESHBI. Página web: <http://www.escuelahosteleria.com>
- Instituto superior Mariano Moreno. Página web: <http://ismm.com.co>
- Academia de cocina Verde Oliva. Página web: <http://www.academiaverdeoliva.com>

Organismos a tener en cuenta:

- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo MICT: <http://www.mincit.gov.co>
- Instituto Colombiano Agropecuario ICA: <https://www.ica.gov.co>
- Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA: <https://www.invima.gov.co>
- Superintendencia de Industria y Comercio SIC: <http://www.sic.gov.co>
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN: <https://www.dian.gov.co>



- Instituto Colombiano de Normas Técnicas INCOTEC: <http://www.icontec.org/Paginas/Home.aspx>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE: <http://www.dane.gov.co>

ICEX

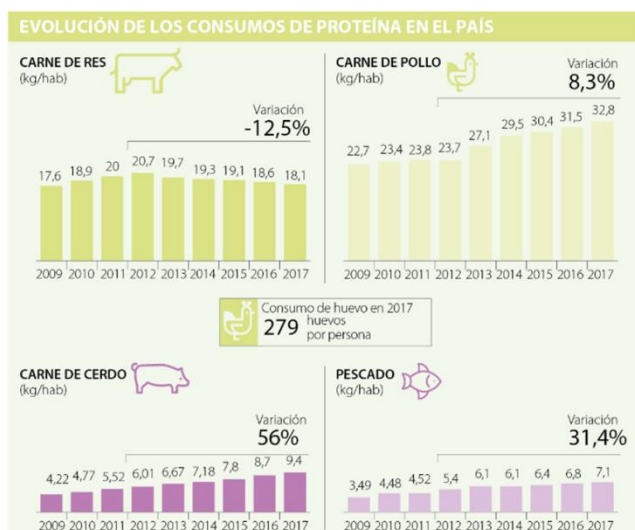
12. Características de productos específicos

En este apartado se muestran las características del mercado colombiano respecto a los productos españoles que más se importan en el país.

12.1 Productos cárnicos

La carne de pollo sigue estando en el puesto número uno para los colombianos, seguido de la de res, cerdo y pescados. La tendencia de crecimiento del consumo de carne en general ha sido significativa en los últimos 6 años (en 2017, cada colombiano consumió 67.4 kilos de carne, frente a los 53 kilos de 2012), debido a la mayor variedad en la alimentación. De hecho, las estadísticas de 2017 muestran que el consumo de carne de res ha experimentado una variación negativa del 12.5% en el período comprendido entre 2012 y 2017.

ILUSTRACIÓN 35. CONSUMO DE PROTEÍNA EN COLOMBIA, 2017



Fuente: Fedegán, FNG, Fenavi, Porcicol y Fedeaqua

12.1.1. Carne porcina

El sector porcicultor se ha duplicado en los últimos seis años y la proyección es que se duplicará de nuevo en siete u ocho años. Según datos de Pork Colombia (anteriormente Asociación Colombiana de Porcicultores) el cerdo representa ya la mitad del consumo de carne de res (pasando de 6.01 kilos por persona hasta 9.4 kilos, lo que implica un crecimiento del 56%), que en 2017 fue de 18.1 kgs/habitante. Esta misma fuente estima que en menos de cinco años se va a consumir más carne de cerdo que de res, porque no sólo crecen la producción y el consumo, sino porque el precio de la carne de res viene incrementándose, debido en gran medida a nuevas normativas sanitarias que veremos en el apartado de carne bovina. Al mismo tiempo, ha comenzado a incluirse este producto en el día a día y se ha dejado de asociar exclusivamente a festividades especiales.

En 2017 se importó un total de 74.197.966 kilos de carne porcina, de los cuales casi el 89% provinieron de Estados Unidos. Los demás países de origen fueron Chile, Canadá, Dinamarca, España y Portugal de donde llegaron tan solo 8.402.782 kilos, lo que representa apenas el 11% del total.

Además, cabe mencionar que un reciente cambio legislativo abre las puertas a la carne porcina procedente de España. El Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) y el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima) han expedido un certificado de exportación que da vía libre a la carne fresca de cerdo proveniente de España y que entrará al mercado colombiano con la intención de cubrir la demanda de unos productos específicos en el país.



Este nuevo paso en la relación comercial de las dos naciones convertirá a España en el segundo país europeo autorizado para exportar carne fresca de cerdo a Colombia, después de Dinamarca. Hasta el momento, España sólo podía traer al país productos elaborados a base de porcino (como embutidos y jamones) y otros como medicamentos, pieles y cueros y animales vivos.

Un tema a parte son los aranceles variables que recaen sobre este tipo de productos, que afectan directamente a las exportaciones desde España, tal y como se ha visto en el apartado octavo, de acceso al mercado-barreras.

12.1.2. Carne de pollo

En los últimos años el consumo de carne de pollo se ha casi duplicado: de los 22,7 kilos por persona al año en 2009 ha pasado a 32,8 kilos en 2017 (Fenavi, 2018). El crecimiento de esta industria está siendo enorme. En la última década, la producción de carne de pollo pasó de 700.000 toneladas a 1,5 millones, mientras que su participación en el sector pecuario es hoy del 45 por ciento, y es el 20 por ciento en todo el agro del país. Además de la amplia oferta, el poder adquisitivo del salario mínimo alcanza para más pollo que para otras carnes, debido a su precio más asequible.

En 2017, se importó un total de 56.271.528 kilos de carne y despojos comestibles de aves, principalmente de Estados Unidos, con casi el 98% (55.085.688 kilos), y en menor medida de Perú, y Chile.

12.1.3. Carne bovina

Con la cuarta producción más grande de carne bovina en América latina y una importante inserción en los mercados internacionales en productos cárnicos bovinos, y pese a un consumo per cápita que ha disminuido desde 2012 (20.7 kgs/persona/año) hasta 2017 (18.1 kgs/persona/año), registrando una variación negativa del 12.5%, Colombia aún se postula como un destino de inversión extranjera directa atractivo para el sector de carne de res. El sacrificio bovino en Colombia se situó en 3.393.127 cabezas en 2017, esto es, una caída de casi el 7%, la cifra más baja en ocho años.

Respecto a las importaciones, en el año 2017 se introdujeron en Colombia 519.442 kilos de carne bovina, fresca o refrigerada, de los cuales el 54.44% provino de Estados Unidos y el resto Uruguay, Paraguay, Argentina y Chile. Una nota interesante de cara a determinar una de las posibles causas de disminución de sacrificio bovino en Colombia es la entrada de ganado ilegal procedente de Venezuela, lo que preocupa claramente a los representantes del sector.

12.1.4. Procedimiento para la importación de productos cárnicos y lácteos

España superó en 2015 el proceso de evaluación de la equivalencia del sistema de inspección de plantas, lo que ha simplificado notablemente el proceso burocrático para la importación de productos cárnicos y lácteos para consumo humano. No obstante, sigue siendo indispensable realizar los siguientes trámites:

1. Inscripción en el MAGRAMA (Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente) en España

Para poder exportar productos cárnicos y lácteos, y en general, productos de origen animal para usos nutricionales desde España a Colombia es requisito indispensable inscribirse en la lista de establecimientos autorizados para exportar a Colombia. En la página web del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) se puede encontrar publicada la lista de establecimientos autorizados para exportar a Colombia. Dicha lista incluye una serie de establecimientos de España para productos lácteos, cárnicos y alimentos para usos nutricionales.

Los nuevos establecimientos que quieran formar parte de este listado han de dirigirse a la Subdirección General de Acuerdos Sanitarios y Control en Frontera del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (exportacionanimal@magrama.es). Del mismo modo, puede consultarse la aplicación sobre comercio exterior ganadero, CEXGAN, que hay en la web de nuestro Ministerio (<http://cexgan.magrama.es>), donde se publicarán todas las noticias relevantes para el sector sobre acuerdos sanitarios de exportación.

Certificado veterinario de exportación genérico:

Desde el 1 de enero de 2016, todos los envíos desde España a terceros países de productos de origen animal destinados a consumo humano para los que no exista un certificado específico acordado con tercer país (modelo ASE), deberán ir acompañados por un Certificado veterinario de exportación genérico, salvo en aquellos casos en que se tenga constancia de que las Autoridades del tercer país no exigen certificación veterinaria para autorizar el ingreso de las mercancías. Conforme a esto, desde tal fecha, los envíos de productos alimenticios de origen animal que habitualmente se enviaban acompañados de la certificación autonómica antes mencionada, se enviarán acompañados del Certificado genérico para alimentos.

- Link: <http://cexgan.magrama.es/Modulos/AccesoCertificados.aspx>
- Listado Oficial de Plantas autorizadas: https://afrodita.ica.gov.co/VW_CONSULTAS_PROD_PAIS/ShowVW_CONSULTAS_PROD_PAISTable.aspx

2. Registro Sanitario en INVIMA

Lo puede realizar el importador colombiano o una asesoría especializada. En todo caso, recomendamos encarecidamente que el **titular del registro sea el exportador español**, independientemente de quien lo gestione. Algunos documentos requeridos pueden ser: Certificado de Libre Venta apostillado emitido en España, Certificado de Calidad (que incluye la composición del producto, elaborado por el departamento de Calidad de la propia empresa), ficha técnica del producto (nº de lote, fecha vencimiento formato dd/mm/aaaa), entre otros.

- Información adicional:

<https://www.invima.gov.co/images/pdf/tramites-y-servicios/requisitos/alimentos%20V2.pdf>

3. Certificado de Origen (EUR-1):

Para poder aplicar el Tratado de Libre Comercio, siempre que se considere beneficioso para el exportador.

“Las autoridades competentes o autoridades aduaneras de la Parte exportadora emitirán un certificado de circulación de mercancías EUR.1 a solicitud escrita del exportador o de su representante autorizado bajo la responsabilidad del exportador”.

4. Registro de Marca en el SIC (Superintendencia de Industria y Comercio)

Si bien no es requisito indispensable, conviene registrar la marca para evitar posibles registros futuros de marcas colombianas que obliguen a cesar la actividad bajo esa marca a la empresa española, algo que ocurre con cierta frecuencia.

Info: <http://www.sic.gov.co/drupal/marcas>

12.2 Aceite

Los aceites suponen un porcentaje importante del gasto básico en alimentos de todos los estratos socioeconómicos. Lo anterior es importante si se tiene en cuenta que aproximadamente 40% de los ingresos de los colombianos son gastados en alimentos. Sin embargo, podríamos afirmar que el aceite de oliva en Colombia es un bien de lujo y su consumo está limitado exclusivamente a la clase alta de la sociedad. El resto de clases sociales colombianas utilizan los productos sustitutivos como el aceite de girasol, aceite de soya o margarinas, ya que su precio en el mercado es muy inferior al del aceite de oliva.

Al precio debemos añadirle que la imagen de bien de lujo también ha sido promovida por las primeras importaciones de aceite de oliva que se hicieron en Colombia, ya que se comercializaban bajo los formatos de botella de vidrio o en lata, presentación que proyecta una imagen de bien elitista y lujoso. Sin embargo, como comentan algunos importadores, la calidad no se vende sola. El mercado colombiano no posee el conocimiento de los productos necesario para identificarlos por ellos mismos.

La percepción del producto español es buena, sin embargo, los distribuidores colombianos comentan la falta de agresividad de los exportadores españoles. Las acciones de *merchandising* son necesarias (*displays*, *someliers*, publicidad en el punto de venta, *hospitalities*, etc.), así como una actitud diferente desde España, mayor agilidad. El consumo de aceite de oliva está centrado casi en su totalidad en las grandes ciudades colombianas, debido a que su distribución se realiza exclusivamente en las cadenas de hipermercados y supermercados y algunas tiendas gourmet, y estos establecimientos se encuentran en las grandes ciudades. También es debido a que las clases más altas del país, es decir los consumidores del aceite de oliva, viven en dichas ciudades.

En Colombia, la industria de aceites está estructurada sobre la base de los productos de la agroindustria de la palma (aceite de palma), que junto con los aceites crudos, de soja y girasol, importados constituyen el grueso de materias primas utilizadas en la elaboración de aceites comestibles, margarinas y mantecas. Además, el sector es importante dentro de la industria por los estrechos vínculos de sus productos con otros subsectores de la industria de alimentos y la industria jabonera.

No existe en Colombia producción nacional de aceite de oliva, por lo que podemos estimar que el consumo de este producto lo componen las importaciones totales del extranjero.

En 2017 se importaron a Colombia 3.437.112 kilos de aceite de oliva virgen, lo que equivale a 17.824.830 US\$ (CIF), de los cuales 3.395.458 kilos procedieron de España, lo que supone el 98% de las importaciones totales.

12.3 Vinos

Colombia es un país que puede decir que empieza a desarrollar la cultura del vino, y las cifras así lo demuestran. Se pensaba que el vino en el mercado colombiano sería una moda que pasaría rápidamente, pero en la actualidad, ha pasado a ser una de las bebidas más apetecidas para los grandes eventos de ciudad, las celebraciones y festividades en restaurantes, hoteles y clubes, logrando desplazar a un segundo plano a bebidas nacionales como aguardiente y el ron.

Sin embargo, el consumidor colombiano normalmente sólo adquiere el producto para consumirlo en ocasiones especiales, por lo que aún no se percibe el vino como un producto de consumo diario o acompañando las comidas (en Colombia son acompañadas de jugos o de bebidas gaseosas).

De todos modos, en menos de una década, se ha pasado de un consumo de 0.3 litros a 1.3 litros por persona al año, quedando aún lejos del promedio de consumo de países como Chile o Argentina. Particularmente, el segmento del vino rosado ha multiplicado cinco veces sus ventas en los últimos cinco años, mientras que el grupo de espumosos y champañas han duplicado sus ventas en el mismo período.

Las características geográficas y climáticas de Colombia, hacen este territorio adecuado para el cultivo de numerosas variedades de frutas, sin embargo, no es el caso de la vid, la cual requiere para su cultivo condiciones muy especiales. Por tal motivo apenas existe industria vitivinícola en Colombia y el que se consume corresponde prácticamente en su totalidad a productos importados. No obstante, cabe mencionar que existen unas pocas empresas productoras de vino que importan mosto de uva y lo fermentan, añadiéndole alcohol. El resultado es un vino de muy poca calidad y obviamente muy barato, razón por la cual el consumidor prefiere los vinos importados.

Buenas prácticas de manufactura

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) consisten en una serie de normas y procedimientos que se aplican a nivel industrial para la obtención de productos seguros para el consumo humano. Con la implementación de este conjunto de normas, procesos y procedimientos se garantiza una mayor seguridad alimentaria, la trazabilidad de los procesos de producción y distribución y la calidad del producto.

Los estándares de calidad exigidos para las plantas de producción se recogen en el Decreto 1686 de 2012, y los organismos encargados de expedir la certificación son INVIMA y SGS Colombia, empresa especializada a nivel global en verificación y certificación. .

Distribución

Colombia ha tenido tradicionalmente un comercio minorista altamente competitivo resultado en gran parte de la segmentación geográfica que se presenta en su interior. Aun cuando el avance de los supermercados e hipermercados ha sido grande en los últimos años, el canal tradicional de distribución (tiendas de barrio) captura todavía el 50% del mercado. Esta situación que tiende a modificarse en la medida que se incrementa la presencia de cadenas multinacionales y ganan cuotas de mercado.

En cuanto al mercado de vino en Colombia, la distribución se lleva a cabo principalmente a través del canal *off-trade*, a través de las cadenas de hipermercados, supermercados y tiendas gourmet. A diferencia de lo que ocurre con otros productos, hay un pequeño porcentaje residual que se vende en tiendas de barrio de grandes ciudades y pueblos, pero el volumen de ventas es realmente pequeño.

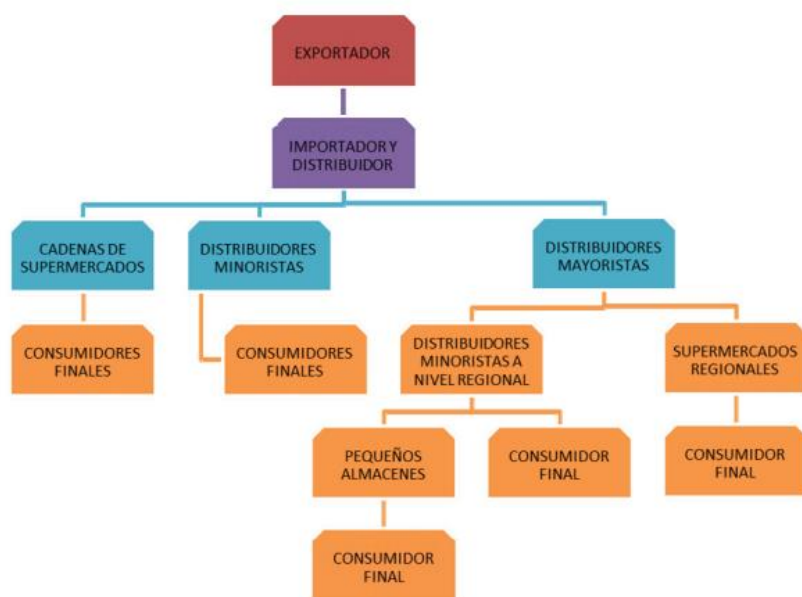
Los canales de distribución del vino en Colombia han sufrido un cambio importante en los últimos años. Al principio, las grandes cadenas de distribución compraban el vino a distribuidores e importadores que los traían desde otros países. A partir del 2001, la mayoría importan directamente desde el fabricante, como Jumbo, Almacenes Éxito o Almacenes la 14, eliminando la figura del mayorista/importador. Los canales más directos o cortos, permiten eliminar el margen comercial de los intermediarios con el objetivo de reducir los precios al consumidor o aumentar el margen comercial del minorista. El formato de distribución de hipermercados y supermercados está en crecimiento, hay gran cantidad de aperturas de establecimientos. La relación del importador con los supermercados, es similar a la que se ve en otros países e incluye por ejemplo, un descuento “confidencial” que va entre el 15% y el 20%, junto con apoyo en actividades de promoción, en las cuales el descuento en los productos los asume, por una parte, el supermercado y, por la otra, el importador. En Colombia los costes de transporte son bastante elevados debido al alto coste del transporte aéreo y a las muy deficientes infraestructuras terrestres por la complicada orografía del país. Los principales actores en la distribución de vinos en Colombia, son los importadores. Se pueden identificar tres tipos:

1. **Grandes importadores:** Importaciones totales mayores a 500.000 dólares. Se caracterizan por mantener una fuerte presencia y tradición en el mercado. Tienen cobertura a nivel nacional, manejan en su portafolio vinos de diferentes orígenes y representan a varias viñas. Cuentan con el respaldo financiero para efectuar, en conjunto con el exportador, actividades de marketing de manera constante y a nivel nacional. Por lo general, tienen una fuerte relación con las bodegas que les proveen y llevan varios años de trabajo posicionando sus vinos, lo que disminuye la posibilidad de representar nuevas marcas.
2. **Medianos importadores:** Importaciones entre 100.000 y 499.000 dólares: Al igual que en el caso de los grandes, tienen amplia tradición en el mercado. Este tipo de compañías se caracteriza por contar con una oferta de vinos menor al segmento descrito anteriormente

y representan al menos a una viña. Su capacidad financiera es más baja comparada con las empresas importadoras más grandes, pero pueden efectuar actividades de posicionamiento de marca de manera puntual y dirigida a públicos específicos.

- Pequeños Importadores:** Importaciones inferiores a 100.000 dólares: Compañías relativamente nuevas en el mercado, en la mayoría de los casos su distribución es local y atiende canales como el de restaurantes y aquellos que realizan importaciones de manera esporádica. Por lo general, representan una sola viña, por lo que su oferta es de menor dimensión.

ILUSTRACIÓN 36: PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN DEL VINO



Fuente: Estudio de mercado sobre el vino en Colombia. Oficina Comercial de la Embajada de España, 2011



4. Proceso de importación

Para la importación de este producto se requiere diligenciar ante el Instituto para la Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA el registro sanitario, cuyos requisitos se encuentran establecidos en el decreto 3075 de 1997, y pueden ser consultados en el siguiente link:

www.invima.gov.co/images/pdf/normatividad/bebidas-alcoholicas/decretos-bebidas/decreto_1686_2012.pdf

Adicionalmente, las bebidas alcohólicas se rigen por una Normatividad de Alimentos bajo las resoluciones 1528 del año 2002, Res. 2002007893 de 2002, Res. 243711 de 1999 y Res. 243710 de 1999, las cuales son de alta importancia para llenar los requerimientos del formulario y tener una buena evaluación durante la “Inspección posterior”.



12.4 Nota aclaratoria sobre la harina fortificada

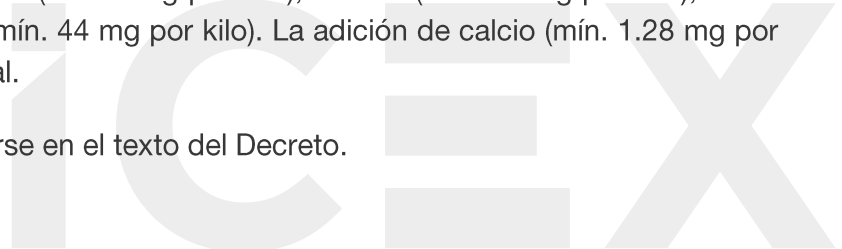
Debido a las deficiencias en el consumo de micronutrientes en la población colombiana, por el Decreto 1.994 de 1996 se reglamenta la fortificación de la harina de trigo y se establecen las condiciones de comercialización, rotulado, vigilancia y control.

La harina de trigo es uno de los insumos más importantes para la fabricación de alimentos básicos en la dieta colombiana, como son los productos de panadería, pastelería, galletas, pastas alimenticias y otros.

Este Reglamento aplica a la harina de trigo que se comercialice en territorio nacional, así como la que se importe, para la venta directa al consumidor, como para la fabricación de otros productos.

Así pues, la harina de trigo que se comercializa en territorio colombiano deberá estar fortificada con vitamina B1 (mín. 6 mg por kilo), B2 (mín. 4 mg por kilo), niacina (mín. 55 mg por kilo), ácido fólico (mín. 1.54 mg por kilo) y hierro (mín. 44 mg por kilo). La adición de calcio (mín. 1.28 mg por kilo) podrá hacerse de manera opcional.

Los demás requisitos pueden observarse en el texto del Decreto.



13. Bibliografía

Agronet. (s.f.). Obtenido de: www.agronet.gov.co

Banco de la República (Banrep). (s.f.). Obtenido de: www.banrep.gov.co

Banco Mundial. (s.f.). Obtenido de: www.bancomundial.org

BlackSip. (2018). *Reporte de industria: El E-commerce en Colombia 2017*. Recuperado de: <http://content.blacksip.com/reporte-de-industria-el-e-commerce-en-colombia-2017>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2016). *Participación de los canales en la comercialización de alimentos en Colombia*. <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-sector-Agricola-y-Agroindustrial/Noticias-2016/Participacion-de-los-canales-en-la-comercializacion-de-alimentos-en-Colombia>. CCB

Clavijo, Sergio (2017). *Focalización de subsidios: Estratos, sisbén y familias en acción*. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/analisis/sergio-clavijo-500041/focalizacion-de-subsidios-estratos-sisben-y-familias-en-accion-2541187>. La República

Comunidad Andina. (s.f.). Obtenido de: www.comunidadandina.org

Contexto ganadero. (2018). *Consumo y producción de carne bovina en Colombia*. Recuperado el 13 de febrero de 2018 de: <http://www.contextoganadero.com/economia/en-2017-el-sacrificio-legal-de-bovinos-tuvo-su-peor-registro-en-8-anos>

Consejo Privado de Competitividad. (s.f.). *Informe Nacional de Competitividad 2017-2018. Desempeño logístico: infraestructura, transporte y logística*. Recuperado de: <https://compite.com.co/informe/informe-nacional-de-competitividad-2017-2018/desempeno-logistico-infraestructura-transporte-y-logistica/>



Corba, Lina y Pérez, Omar. (2017). *Colombia 2017, Reviving*. Recuperado de: https://www.ipsos.com/sites/default/files/2017-01/Flair_Colombia_2017.pdf. IPSOS *Flair Collection*.

Cuellar, Ekaterina y Joya, Juan Sebastián. (2018). *Desempeño del sector agropecuario en 2017 y perspectivas para 2018*. Recuperado en febrero de 2018 de: <http://anif.co/comentario-economico-del-dia/desempeno-del-sector-agropecuario-en-2017-y-perspectivas-para-2018>. ANIF

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (s.f.). Obtenido de: www.dane.gov.co

DANE (2016). *Encuesta Nacional de Calidad de Vida*. Recuperado de: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/calidad_vida/Boletin_Tecnico_ECV_2015.pdf

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). (s.f.). Obtenido de: www.dian.gov.co

DIAN. (2018). Estadísticas de carga de las importaciones y exportaciones en Colombia. Recuperado en abril de 2018 de: <https://www.dian.gov.co/dian/cifras/CargalmpExp/Estadisticas%20de%20Carga%20Enero-Diciembre%202017.pdf>

Dinero. (2018). *Discounters y marcas propias: grandes ganadoras del consumo en 2017*. Recuperado en enero de 2018 de: <https://www.dinero.com/edicion-impresia/negocios/articulo/tiendas-de-descuento-duro-y-marcas-propias-kantar-worldpanel/254799>. Dinero.

FEDESARROLLO. (s.f.). Obtenido de: www.fedesarrollo.org.co

FEDESARROLLO (2018). *Encuesta de opinión del consumidor*. Recuperado el 21 de junio de 2018 de: https://www.fedesarrollo.org.co/sites/default/files/encuestas_documentos/boecmayo2018.pdf

García, Jaime. (2016). *¿Quiénes son los canales preferidos por los hogares?*. Recuperado de: <https://www.kantarworldpanel.com/co/Noticias/Quines-son-los-canales-preferidos-por-los-hogares>. Kantar *Worldpanel*

Grupo Éxito. (2018). Resultados consolidados. Recuperado el 15 de mayo de 2018 de: <https://www.grupoexito.com.co/es/sala-de-prensa/noticias/grupo-exito-obtuvo-durante-el-primer-trimestre-del-ano-ingresos-operacionales-por-13-7-billones-de-pesos-que-representan-un-incremento-de-6-3-y-utilidad-neta-de-9-984-millones-de-pesos-17-577-millones-de-pesos-superior-a-primer-trimestre-2017>



ICEX. (s.f.). Obtenido de www.icex.es

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA). (2017). *Decreto 1686 de 2012 sobre Buenas Prácticas de Manufactura*. Recuperado de: <https://www.invima.gov.co/decretos-alimentos>

INVIMA. (s.f.). *Normas de etiquetado para vinos*. Recuperado de: <https://www.invima.gov.co/images/pdf/normatividad/alimentos/decretos/bebidas%20alcoholicas.pdf>

International Trade Centre (INTRACEN). (s.f.). Obtenido de: www.intracen.org

La Nota. (2017). *Ranking 2016 cadenas y supermercados de Colombia*. Recuperado de: <https://lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/Ranking-2016-cadenas-y-supermercados-de-Colombia.html>. La Nota

Logcluster. (2018). *Colombia El Dorado Aeropuerto Internacional*. Recuperado el 23 de abril de 2018 de: <http://dlca.logcluster.org/display/public/DLCA/2.2.1+Colombia+El+Dorado+Aeropuerto+Internacional;jsessionid=7E00EC076D3137A4367C45E367407B76>

Lozano Garzón, Rolando. (2018). *Las tendencias orgánicas de Carulla venden sus primeros frutos*. Recuperado el 25 de junio de 2018 de: <http://m.eltiempo.com/economia/empresas/tiendas-organicas-de-carulla-bajo-marca-freshmarket-235724>. El Tiempo

Marcos, Ana. (2018). *Los estratos en Colombia: eres el lugar en el que vives*. Recuperado el 21 de abril de 2018 de: https://elpais.com/internacional/2018/04/20/colombia/1524176587_818282.html. El País

Market Access Data Base. (2018). *Prohibición a la importación de animales bovinos vivos y productos derivados de animales bovinos*. Recuperado el 16 de julio de 2018 de: http://madb.europa.eu/madb/sps_barriers_details.htm?isSps=true&barrier_id=10460

Ministerio de Agricultura. (s.f.). *Sistema Andino de Franja de Precios*. Recuperado de: <https://www.minagricultura.gov.co/atencion-ciudadano/preguntas-frecuentes/Paginas/Sistema-Andino-de-Franja-de-Precios.aspx>

Manetto, Francesco. (2018). *Panorama socioeconómico de Colombia. El Acuerdo con las FARC*. Recuperado el 17 de enero de 2018 de: https://elpais.com/internacional/2018/01/17/colombia/1516162343_892303.html. El País

Organización Mundial del Comercio (OMC). (s.f.). Obtenido de: www.wto.org



OMC. (s.f.). *Información sobre comercio internacional y acceso a los mercados.* Recuperado de: https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/statis_bis_s.htm?solution=WTO&path=/Dashboards/MAPS&file=Tariff.wcdf&bookmarkState={%22impl%22:%22client%22,%22params%22:{%22langParam%22:%22es%22}}

Portafolio. (2018). *Industria de alimentos y bebidas tendría un crecimiento anual del 7%.* Recuperado el 7 de mayo de 2018 de: <http://www.portafolio.co/economia/la-industria-de-alimentos-y-bebidas-tendra-un-crecimiento-anual-del-7-516878>. Portafolio

ProChile. (2016). *Estudio de Canal de Distribución retail (supermercados y canal tradicional). Noviembre de 2016.* Recuperado de: https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2017/07/Canal_Peru_Supermercados_2016.pdf

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (UNDP). (2016). *Human Development Report 2016: Human Development for Everyone.* Recuperado de: http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2016_statistical_annex.pdf. UNDP

Rodríguez Sarmiento, Sergio. (2018). *Crece la preferencia por las marcas propias.* Recuperado el 14 de febrero de 2018 de: <http://www.elcolombiano.com/negocios/economia/crece-la-preferencia-por-marcas-propias-XM8187462>. El Colombiano

Salazar, Alejandra. (2018). *El consumo per cápita de pollo en Colombia durante el 2017 fue 32.2 kilos.* Recuperado el 24 de enero de 2018 de: <https://revistaialimentos.com/noticias/consumo-per-capita-pollo-en-colombia-2017-fue-322-kilos>. Revista iAlimentos

SICEX. (s.f.). Información sobre comercio exterior. Obtenido de: www.sicex.com

Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC). (s.f.). *Importaciones agropecuarias hasta 2017.* Recuperado de: <https://www.sac.org.co/es/noticias/517-a-abril-de-2016-el-volumen-importado-de-productos-agropecuarios-y-agroindustriales-es-el-43-de-lo-registrado-en-todo-el-ano-2015.html>. SAC

Vega B., Juan Pablo. (2018). *El consumo de carne de cerdo en Colombia creció 56% durante los últimos cinco años.* Recuperado el 7 de abril de 2018 de: <https://www.larepublica.co/economia/consumo-de-carne-de-cerdo-en-el-pais-crecio-56-en-los-ultimos-cinco-anos-2710218>. La República

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece
ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar
la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

www.icex.es

