



**MIGRACIONES COLOMBIANAS HACIA ESPAÑA COMO OPORTUNIDAD DE
NEGOCIO PARA LAS PYMES EN COLOMBIA**

**Laura Marcela Mazo Cortés
Catalina Mejía Molina**

Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín, Colombia
2012

**MIGRACIONES COLOMBIANAS HACIA ESPAÑA COMO OPORTUNIDAD DE
NEGOCIO PARA LAS PYMES EN COLOMBIA**

**Laura Marcela Mazo Cortés
Catalina Mejía Molina**

Trabajo de investigación presentado para optar al título de:
Especialista en Legislación Aduanera

Asesor:
Francia Hernández

Línea de Investigación:
Regionalismo y multilateralismo abierto

Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín, Colombia
2012

Agradecimientos

Nuestro reconocimiento en primera medida a nuestros profesores de la especialización por brindarnos sus conocimientos y ser nuestra guía en el camino hacia convertirnos en unos profesionales íntegros y exitosos que podrán brindar cosas positivas a la sociedad, a nuestras familias por brindarnos el apoyo, transmitirnos las enseñanzas que se requieren para realizar las cosas lo mejor posible y darnos la confianza para hacer realidad nuestros sueños, a nuestro coordinador de especialización en Legislación Aduanera Gustavo Londoño, y a nuestra asesora Francia Hernández por brindarnos una guía para la elaboración del proyecto y por su orientación y constancia durante la etapa.

Resumen

El fenómeno de las migraciones de colombianos a España que tomó fuerza en los años 90, ha ido aumentando considerablemente, convirtiéndose en un mercado atractivo y potencial que debe ser atendido, teniendo en cuenta sus hábitos de consumo, costumbres y gustos, siendo las PYMES colombianas las principales interesadas en este análisis.

Las pequeñas y medianas empresas colombianas pueden encontrar diferentes formas de llevar sus productos a los emigrantes colombianos en España, entre las cuales se encuentra tener un representante comercial o distribuidor en el país de destino, crear un modelo de franquicias o incluso establecer una sucursal en España, el cual es un país con ambiente favorable para la inversión extranjera y con una gran facilidad para hacer negocios, lo que se hace aún más evidente en la actualidad con las negociaciones para el acuerdo UE – Colombia y Perú, del cual las PYMES en Colombia podrán sacar provecho a las desgravaciones arancelarias de productos cobijados en dicho tratado, buscando satisfacer las necesidades del consumidor patriota residente en España.

Palabras clave:

CIUDADANO: Persona que forma parte de una sociedad, entendiéndose por sociedad, el grupo de individuos que comparten una cultura, unos derechos y deberes.

EMIGRANTE: Se aplica a la persona que deja su lugar de origen para establecerse en otro país o región.

INVERSION EXTRANJERA: Colocación de capitales a largo plazo en un país extranjero, para la creación de empresas.

MIGRACIONES: Son los movimientos o desplazamientos que tienen los seres humanos más allá de las fronteras de sus países de origen.

RESIDENTE: Persona que vive o está establecido en un lugar determinado.

TRATADOS Y ACUERDOS DE LIBRE COMERCIO: Son acuerdos comerciales regionales o bilaterales para ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes. Básicamente, consiste en la eliminación o rebaja sustancial de los aranceles para los bienes entre las partes, y acuerdos en materia de servicios

Abstract

The migration phenomenon of Colombians to Spain, that became more significant in the 90's, has been rising sharply, making it an attractive and potential market that must be served, paying attention to their consumption habits, tastes, and customs in general, with the Colombian SMEs main interest in this analysis, as an interesting business opportunity to consider.

The Colombian SMEs can find different ways to take their products to Colombian immigrants in Spain, among which we could mention to have a sales representative or distributor in the country of destination, create a franchise model or even to establish a branch in Spain which is a country with favorable environment for foreign investment with a great ease of doing business.

Thanks to the commercial opening of Colombia in recent times, today we can enjoy various international agreements. Currently with the negotiation with the European Union (including Spain) – Colombia and Peru, which SMEs in Colombia could take advantage of tariff reductions in sheltered product thereof, to satisfy the patriot's consumers' needs living in Spain.

Keywords:

CITIZEN: A person who is part of a society, meaning society, the group of individuals who share a culture, rights and duties.

FEES: Tax levied on goods entering a country.

FOREIGN INVESTMENT: Placing long-term capital in a foreign country for business creation.

FREE TRADE AGREEMENTS: These are regional or bilateral trade agreements to expand the market for goods and services between the participating countries. Basically, means the elimination or substantial reduction of tariffs on goods between the parties, and agreements on services.

MIGRATION: Are the movements or displacements that have human beings beyond the borders of their countries of origin.

MIGRANTS: Applies to the person who leaves their home to settle in another country or region.

RESIDENT: A person who lives or is established in a particular place.

Contenido

	<u>Pág.</u>
Agradecimientos	V
Lista de Graficas	XI
Lista de tablas	XII
Introducción	15
1. Formulación del proyecto.....	17
1.1 Antecedentes	17
1.1.1 Estado del Arte.....	19
1.2 Planteamiento del problema.....	21
1.3 Justificación	22
1.4 Objetivos	24
1.4.1 Objetivo general	24
1.4.2 Objetivos específicos	24
1.5 Marco metodológico.....	24
1.5.1 Método	25
1.5.2 Metodología	25
1.6 Alcances	25
2. Ejecución del Proyecto	26
2.1 Capítulo I. Emigrantes colombianos en España	26
2.1.1 .Cifras de emigraciones colombianas	26
2.1.2 De donde Proviene los Colombianos que Residen en el Exterior.....	29
2.1.3 Ciudades donde residen más Colombianos.....	30
2.1.4 Ocupación Laboral de los Colombianos en España.....	31
2.1.5 Ingresos promedio de los colombianos en España.....	31
2.1.6 Perfil migratorio de Colombia.....	32
2.1.7 Motivos de emigrantes para vivir en el exterior antes y después de 2005.....	33
2.1.8 Datos sociodemográficos de migrantes colombianos en España.....	34
2.1.9 Hábitos de Consumo.....	35
2.1.10 Lo que prefieren.....	36
2.2 Capitulo II. Facilidad para hacer negocios en España (Doing business).....	38
2.3 Capítulo III. Tratado comercial Colombia – Unión Europea.....	45
2.3.1 Qué productos quedaron excluidos.....	46
2.3.2 Cómo quedó el sector agropecuario de Colombia.....	46
2.3.3 Cómo quedó el sector Industrial de Colombia.....	48
2.3.4 Cómo quedó el sector de servicios.....	49

2.4	Capítulo IV. Productos con Potencial en España.....	50
2.4.1	Agroindustria.....	50
2.4.2	Manufacturas.....	52
2.4.3	Prendas de vestir.....	53
2.4.4	Servicios.....	54
2.5	Capítulo V. Entidades de apoyo a colombianos en España.....	56
2.5.1.1	Embajadas y Consulados.....	56
2.5.1.2	Presencia Comercial PROEXPORT.....	60
2.5.1.3	Organización Internacional para las Migraciones - OIM.....	61
2.6	Capítulo VI. Relaciones comerciales Colombia – España.....	62
2.6.1	Balanza Comercial.....	62
2.6.2	Ranking de los principales sectores importados por España desde Colombia.....	63
2.7	Capítulo VII. Situación de inversión en España.....	64
2.7.1	Incentivos a la inversión.....	64
2.7.2	Infraestructuras.....	65
2.7.3	Sistema financiero Español.....	68
2.7.4	Formas de operar en España.....	68
2.7.5	Impuestos en España.....	69
3	Hallazgos	71
4	Conclusiones y recomendaciones.....	72
4.1	Conclusiones.....	72
4.2	Recomendaciones	73
	Referencias bibliográficas	74

Lista de Graficas

	<u>Pág.</u>
Gráfica 1 : Proporción de colombianos en el exterior	27
Grafica 2: Lugar de origen de los colombianos en el exterior	29
Grafica 3: El poder de compra de los latinos en España.....	32
Grafica 4: Pirámide de población de los colombianos residentes en España.....	34

Lista de tablas

	<u>Pág.</u>
Tabla 1: Cifras de colombianos en el exterior..	28
Tabla 2: Extranjeros residentes en España	28
Tabla 3: Lugar de residencia de colombianos en España..	30
Tabla 4: Motivos de emigrantes para vivir en el exterior antes y después de 2005. ...	33
Tabla 5: Clasificación Doing Business 2013 por categoría para Colombia..	38
Tabla 6: Clasificación Doing Business 2013 por categoría para España.....	39
Tabla 7: Apertura de un negocio.	39
Tabla 8: Manejo de permisos de construcción..	40
Tabla 9: Obtención de electricidad.....	40
Tabla 10: Registro de propiedades..	41
Tabla 11: Obtención de crédito.	41
Tabla 12: Protección de los inversores..	42

Tabla 13: Pago de impuestos.....	43
Tabla 14: Comercio transfronterizo.	43
Tabla 15: Cumplimiento de contratos.....	44
Tabla 16: Resolución de la insolvencia.	44
Tabla 17: Importaciones y exportaciones desde España.	62
Tabla 18: Principales sectores importados desde España desde Colombia.....	63

Introducción

El presente trabajo de grado fue elaborado por dos estudiantes de especialización en legislación aduanera de la Institución Universitaria Esumer, con la finalidad de presentar los resultados y conclusiones de un análisis realizado sobre las emigraciones de colombianos hacia el exterior, específicamente hacia España, enfocándolo como oportunidad de negocios para los pequeños y medianos empresarios de Colombia.

Para el desarrollo de este, fue necesario considerar los estudios, cifras, teorías sobre migraciones, hábitos de consumo de los colombianos en el exterior, como también las formas, facilidades, y oportunidades de negocios en España, pretendiendo principalmente dar una visión diferente a los estudios ya realizados sobre las migraciones.

Los resultados del presente trabajo servirán como base a los empresarios colombianos para generar nuevas posibilidades de expandir sus mercados, ya que podrán encontrar información acerca del perfil del consumidor colombiano en España, normas, condiciones y requisitos legales para acceder a este mercado, además, de las oportunidades actuales para las empresas colombianas en materia arancelaria referente al acuerdo de libre comercio entre UE – Colombia y Perú.

Referente a los productos de mayor demanda por los colombianos en España, los lectores pueden encontrar en el cuerpo del trabajo las listas de desgravación de estos productos que estarán acogidos en el acuerdo de libre comercio entre UE – Colombia y Perú.

Es una invitación abierta para todas las PYMES colombianas a aprovechar las ventajas comerciales actuales, realizar intercambios con uno de los mercados mundiales más importantes y establecer relaciones a largo plazo que favorezcan el crecimiento económico nacional. Para ello, la firma de un tratado comercial por sí mismo no garantiza el éxito y beneficios esperados, es ineludible una preparación y conocimientos que faciliten el positivo dinamismo de su capacidad de innovación, trabajo y esfuerzo productivo.

1. Formulación del proyecto

1.1 Antecedentes

Según el texto la *Teoría de las migraciones*, según Gustavo Londoño (2011) todos los modelos teóricos propuestos para explicar por qué se dan las migraciones emplean diferentes conceptos, supuestos y marcos de referencia. Un claro ejemplo es que se ha pasado de la teoría que concibe el movimiento migratorio como una decisión individual a entender la migración como una decisión de tipo familiar. De las teorías que analizan factores micros hasta aquellas que hacen énfasis en las necesidades estructurales de las economías industrializadas modernas, la globalización económica y la expansión del mercado más allá de los límites nacionales.

Es bueno aclarar que por distante que parezcan las teorías, estas se centran en algunos aspectos específicos o por lo menos se observa un asunto económico como común denominador, tal vez este sea la razón de su origen pero con la adición de otros aspectos como la familia e incluso a lazos ideológicos (generando por ejemplo el aprendizaje de otros idiomas, el manejo de otra moneda, etc.), con ocasión de la divulgación de los medios de comunicación de masas bajo la idea de un bienestar en el orbe que invita a emigrar.

Como se mencionaba anteriormente el cambio en las teorías que buscan explicar el fenómeno de la migración, pasando por la de Ravenstein (1889), conocida como teoría neoclásica de la migración, donde se concibe el movimiento migratorio como una decisión individual en aras de obtener mayores ingresos. Al respecto, la *Nueva Teoría Económica de Migración*, definida por la OIM (2001) como una decisión de tipo familiar tomada para minimizar los riesgos sobre los ingresos familiares o para reducir las restricciones de capital en la actividad productiva familiar. Por su parte, la *Teoría de Redes*, según Carlos Lozares (1996), señala que una vez iniciada la migración tiende a

expandirse en el tiempo hasta que toda la gente que desea migrar pueda hacerlo sin dificultad, entonces la migración empieza a desacelerarse. Adiciona el hecho de que el volumen del flujo migratorio entre dos países no está tan relacionado con las diferenciales salariales o las tasas de empleo, porque cualquier efecto es disminuido por la caída de los costos y los riesgos que se origina en el crecimiento de las redes migratorias.

En general, las teorías planteadas, indican que los flujos de migración adquieren una cierta estabilidad y estructura a lo largo del tiempo y el espacio, sin que ello implique que los países necesiten estar geográficamente cerca, ya que las migraciones pueden ser la respuesta a un cambio social, a las fluctuaciones económicas o los trastornos políticos.

Es así que las teorías actuales muestran un cambio dirigido a sostener las razones de la migración en una serie de factores soportadas en tendencias propias de las últimas décadas, adicionando las incidencias en el fenómeno migratorio producido por la globalización, la tecnología, los nuevos mercados, la política estatal entre otros. (Gustavo Londoño, 2011)

Si bien España ha sido escenario de grandes desplazamientos de población, en las últimas décadas se ha cambiado el sentido y direccionalidad de la corriente migratoria, pasando de ser un país originario de emigrantes al exterior, a ser un país de destino de inmigrantes extranjeros (Colectivo IOÉ, 1999; izquierdo escribano, 1996). En este proceso de transformación migratoria, es posible diferenciar tres grandes etapas; la primera hasta 1985, la segunda desde 1986 a 1999, y la tercera desde este año en adelante (Cachón, 2000).

1. Hasta 1985 España era un país eminentemente de emigración al exterior. En ese entonces, la inmigración existente en España era sobre todo europea (65% de los extranjeros residentes de 1981), latinoamericana (18%), y de América del Norte (7%). Menos de un 10% era originaria de África o Asia.
2. Entre 1986 y 1999 se sitúa una segunda fase del proceso migratorio Español (Cachón, 2002). Algo cambia en España a mediados de los 80'sm, cuando aparece una "Nueva Inmigración", que comienza a transformar el fenómeno en un "hecho social". Así, durante este periodo, por primera vez España logra un saldo inmigratorio positivo, que marca el inicio de proceso de conversión del país hacia un país de

inmigración. En esta etapa se constituyen redes migratorias desde determinados países hacia España, las cuales contribuyen a promover la llegada de nuevos inmigrantes, y se instauran respuestas institucionales como la aplicación de contingentes y otras medidas inmigratorias.

3. A partir del año 2000 inicia la tercera etapa no sólo porque se haya alcanzado un número importante de extranjeros residiendo en el territorio español ni tampoco del evidente proceso de ampliación y diversificación de los flujos inmigratorios sino sobre todo del cambio cualitativo que supone la institucionalización del proceso inmigratorio como un “hecho social”. La presencia de los inmigrantes transforma la cotidianidad de la población autóctona como consecuencia de los cambios que suscitan el entorno y el mercado de trabajo, afectando profundamente la estructura de la sociedad española.

1.1.1. Estado del Arte

Actualmente, se calcula que uno de cada 10 colombianos vive en el exterior, en donde España es sin lugar a dudas el segundo más importante lugar de destino de estos, cifra que convierte a Colombia en uno de los países con mayor flujo migratorio en Suramérica. Según la encuesta Nacional de Migraciones Internacionales y remesas 2009, al igual que el censo realizado por el DANE en el 2005, definen que hoy en día el principal motivo por el cual los colombianos emigran hacia el exterior es económico, en busca de mejores oportunidades laborales, en segundo lugar están las razones personales como el matrimonio y en tercer lugar se encuentran la formación y educación.

La Organización Internacional para las Migraciones (OIM) señala en su portal (<http://oim.org.co>) que la dinámica de la migración colombiana, a diferencia de la migración que se da en otros países de América Latina, se presenta en diversos tipos, dimensiones y dinámicas.

Se da por un lado, la migración interna y por otro, la migración externa. Para el caso de la migración interna, su dinámica está caracterizada por el desplazamiento forzado interno y la migración externa está caracterizada por la migración de colombianos hacia otros

países, es decir, por la migración internacional.

En el marco del fenómeno migratorio colombiano también se cuentan procesos de movilidad humana como consecuencia de la propia dinámica social y política del país como es el caso de las personas excombatientes y en proceso de reintegración a la vida civil.

De igual forma, tanto a nivel interno como internacional, el país registra víctimas de la trata de personas como delito asociado a la migración irregular.

Bajo este contexto, la complejidad del fenómeno migratorio colombiano no hace posible en muchas ocasiones que existan cifras exactas de cada tipo de migración, especialmente aquellas relacionadas con el número de víctimas de la trata de personas.

Sin embargo, existen datos y cifras oficiales que permiten una aproximación a las dimensiones del fenómeno especialmente en la migración internacional de colombianos.

Igualmente, la OIM ha realizado y publicado algunas investigaciones que dan cuenta del fenómeno desde diferentes enfoques.

Puyana Silva (2003), en la Revista *Civilizar* de la Universidad Sergio Arboleda, al referirse a las Pymes y su situación en Colombia, señala que en los últimos años, el gobierno, la academia y el sector privado, particularmente el financiero, han dirigido sus estrategias de apoyo y promoción de sus servicios hacia el sector de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs), al darse cuenta que es en este sector empresarial donde se puede tener el pivote para alcanzar un acelerado crecimiento de nuestra economía y aunque siempre se habían considerado importantes, hoy han llegado a ser imprescindibles al proyectarse como una de las mejores opciones para lograr la plena reactivación de nuestra economía, aún con todas sus falencias como es la falta de gestión organizacional, financiera, comercial y administrativa.

Franco Ángel, Mónica y Urbano Pulido, David (2010), en su libro *El éxito de las pymes en Colombia: un estudio de casos en el sector salud*. Identifican y analizan los factores que determinan el éxito de las PYMES en Colombia, tanto en lo referido a los factores

internos como a lo externos, tomando como marco teórico de referencia la Teoría de Recursos y Capacidades y la Teoría Económica Institucional. Este documento incluye un estudio cualitativo profundizando en el análisis de cuatro empresas colombianas. Los resultados más relevantes indican que los factores que han determinado el éxito de estas pymes son el conocimiento y la experiencia del empresario, la reputación y el prestigio de la empresa, las medidas de apoyo y la especialización de la industria y la influencia de la comunidad en la cual desarrollan su actividad.

1.2 Planteamiento del problema

Las migraciones internacionales es un tema que concierne a todos, involucrando asuntos normativos, sociales, políticos y económicos, de ahí que actualmente todos los países están involucrados en los desplazamientos de personas, ya sea como lugar de origen, de destino o de tránsito. Aquí vale la pena aclarar que cuando se menciona emigración se hace referencia a los flujos migratorios que salen de un país, e inmigración cuando llegan a su lugar de destino siendo ajeno al territorio de residencia.

L. Varlez (1927) en un artículo sobre Migraciones Internacionales definía al emigrante o inmigrante, como toda persona que abandona su país para establecerse en el extranjero, bien sea de una manera permanente o bien de una forma duradera, con objeto de satisfacer las necesidades que juzga esenciales.”

Partiendo de esta definición, es importante aclarar tres aspectos de las migraciones internacionales:

1. Es netamente humano, es una movilización de factor humano que hacía parte de una sociedad o Estado.
2. Supone una movilización que traspasa fronteras. Con una particularidad internacional que traduce el cambio o transferencia de un país a otro.
3. A diferencia de otros fenómenos de movilidad humana como el turismo, las migraciones tienen cierta estabilidad en el país destino.

A grandes rasgos las consecuencias más marcadas para el país o lugar de emigración son: la disminución de la presión demográfica de los recursos, disminución de desempleo, las remesas de dinero enviadas por los emigrantes, mayor homogeneidad cultural o política ya que emigran los ciudadanos descontentos e inconformes, aumento de la productividad a razón de aumentar la Población Económicamente Activa (PEA), y en especial importancia para esta investigación, y vista como una consecuencia muy positiva para el gremio de negociadores internacionales es: el aumento de las ventas en los países receptores de los emigrantes, tomados estos como unos consumidores potenciales.

No es novedad expresar que en un país extranjero donde habitan personas nacidas en nuestro mismo país de origen, las relaciones serán en cierta medida más afines que con cualquier otro país o cultura y que estos emigrantes puedan significar no sólo beneficios para el país al que decidieron emigrar, sino que se puedan convertir en una oportunidad de dinamizar los negocios para los ciudadanos de su país origen.

1.3 Justificación

Justificación

El desarrollo de este proyecto permitirá realizar un análisis profundo de las principales ventajas que obtienen los empresarios colombianos al negociar con países donde hay un porcentaje importante de inmigrantes compatriotas, en este caso España, principalmente en los estados del cual conforma un interesante mercado para las empresas nacionales que desean expandir su actividad, siendo estos resultados de gran beneficio especialmente para los futuros negociadores internacionales, quienes en pro del país actuarán conforme a lo desarrollado en este trabajo, y siendo también un aliciente para quienes ya se desenvuelven en el medio comercial.

Justificación teórica

A finales del siglo XX el término *transnacionalismo* se convierte en un nuevo actor internacional y hablar de este concepto, es hablar de un fenómeno social, cultural, económico y político directamente vinculado al proceso de globalización.

La transnacionalización incluye una compleja y heterogénea red de relaciones económicas, sociales, políticas y culturales que desbordan ámbitos geográficos y sociales limitados, lo que ha llevado a plantear el surgimiento de verdaderas formas sociales transnacionales, demostrando que, a medida en que se aceleran los intercambios de todo tipo, el Estado pierde su papel como actor más relevante del sistema y se le agregan a éste un sinnúmero de relaciones entre sociedades, las cuales tienen una gran importancia política y social.

No obstante, el colombiano se ha caracterizado por su adaptación al cambio y a las nuevas condiciones casi en un papel de sobreviviente, sin embargo, no por ello no deja de extrañar la música, la gastronomía y otras expresiones culturales, de su país de origen, las cuales de ser colocadas en el país receptor pueden constituirse en una alternativa de negocio para el empresario radicado en Colombia.

Justificación social

Cuando vislumbramos posibilidades de negocios comerciales con los países donde migran la mayoría de los colombianos, se está promoviendo en desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, ampliando su visión de empresas y motivándolas a continuar en su proceso de fortalecimiento y crecimiento, dándoles a conocer el entorno e impulsándolas a aprovechar estas oportunidades de negocio.

Justificación personal

En el ámbito personal, la importancia radica en la necesidad de innovar las estrategias para ser exitoso en el gremio de los negocios internacionales, con el fin de aplicar y dedicar esfuerzos a lo que en el transcurso de estos años se ha adquirido en conocimiento y formación. En el proceso de desarrollo de este proyecto, se espera lograr nuevos conocimientos adicionales y destrezas para hacer de la teoría analizada una experiencia real aplicada a un futuro plan internacional.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Establecer la relación entre las pymes y el consumidor en España desde el punto de vista de los flujos migratorios de Colombia a España.

1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar en qué ciudades se concentra la mayor cantidad de emigrantes colombianos, nivel de ingresos y capacidad de compra
- Identificar las oportunidades de negocio y los nichos de mercado y productos que tienen mayor potencial para alcanzar el mercado español.
- Establecer los beneficios que trae el acuerdo de libre comercio con la Unión Europea a los pequeños empresarios colombianos.

1.5 Marco metodológico

El trabajo se construye con base en los métodos deductivo, descriptivo y analítico. El primero porque se hace una reseña del fenómeno de las migraciones a nivel mundial y cada una de sus teorías; el segundo y tercero porque se pasa a describir como este fenómeno actúa con los colombianos y principalmente en países como España, es decir, de lo general se llega a lo particular.

Esta reseña implica describir las razones que motivan a los colombianos a emigrar y cómo es su forma de vida en el extranjero, para luego determinar mediante un análisis y establecer si los emigrantes colombianos pueden constituir una fuente de negocios internacionales para los empresarios colombianos.

Para su desarrollo en consecuencia, se recurre a fuentes secundarias, entre ellas libros, internet, revistas, periódicos, etc.

1.5.1 Método

El método que se utilizará para abordar el objeto de estudio, es el descriptivo, que se usa para recolectar información, resumirla, y arrojar un análisis de cómo las migraciones de colombianos a España, pueden ser vistas como oportunidad de negocio para los pequeños y medianos empresarios constituidos en Colombia.

1.5.2 Metodología

Recolección de información Secundaria: Se realizará una investigación primero en internet, para conocer que estudios e investigaciones se han realizado anteriormente, a cerca de las migraciones de colombianos a España. Después se consultara la cantidad estimada de colombianos en España, las comunidades donde se concentra la gran mayoría de estos, la capacidad de compra, hábitos de consumo, gustos y preferencias, con el fin de ir definiendo el perfil del consumidor colombiano allá.

1.6 Alcances

Este trabajo cumple la función de analizar fuentes de información secundaria a partir de información de los últimos 8 años, buscando dar a conocer las oportunidades de negocio para los pequeños y medianos empresarios colombianos, gracias a las migraciones de estos hacia España.

2. Ejecución del Proyecto

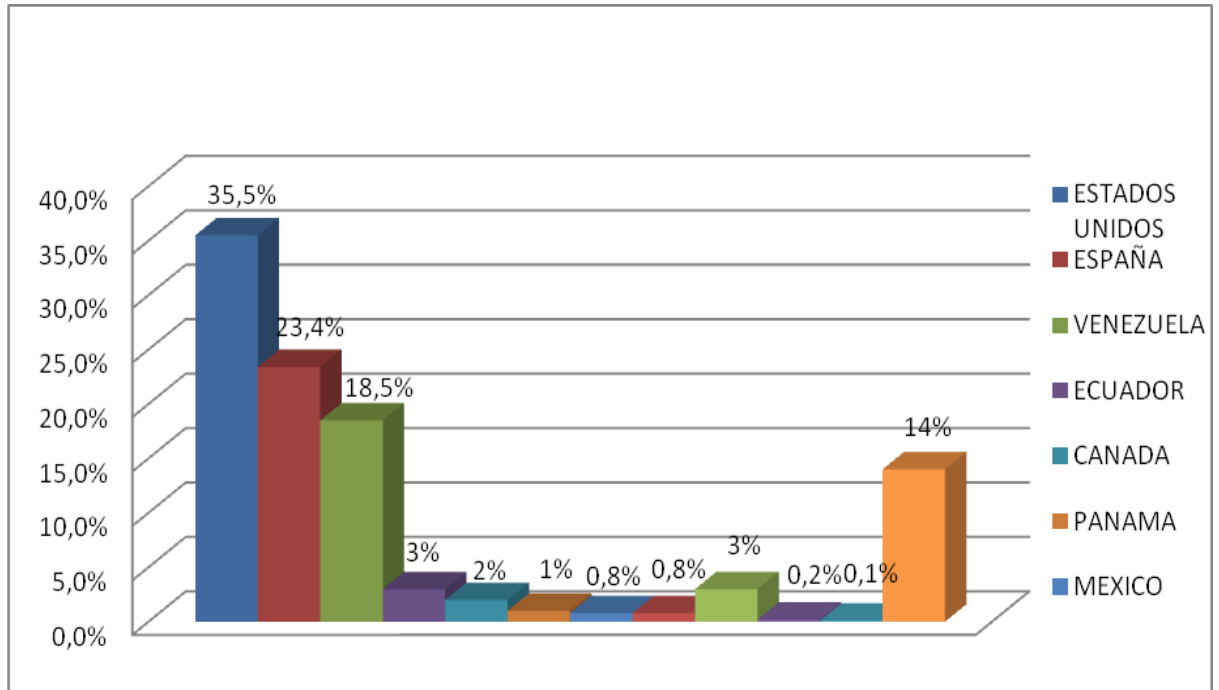
2.1 Capítulo I. Emigrantes colombianos en España.

2.1.1 Cifras de emigraciones colombianas

Los datos sobre la migración en Colombia son obtenidos a partir del censo realizado en Colombia en el 2005, como se puede observar en la grafica 1; según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) señala en su portal (<http://dane.gov.co>) en base al censo 2005, que 3.331.107 colombianos residen en el exterior, es decir el 8,08% de la población total residente en el país.

Como lo indican Lopez, Díaz, Sierra, Tabera y Contrera (2008), el censo permite establecer los principales destinos de la emigración de Colombia. Estados Unidos es el principal receptor de colombianos: el 35,3% de los emigrantes reside actualmente en este país. Le sigue España, con 23,4%, y en tercer lugar, Venezuela con 18,5%.

Gráfica 1: Proporción de Colombianos en el exterior. Elaborado en base a datos del DANE (2005).



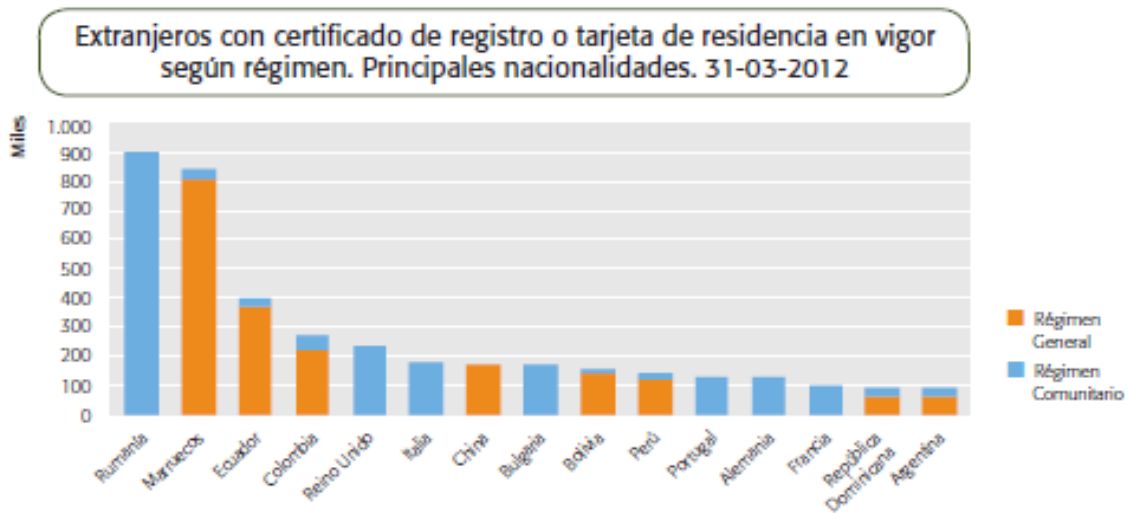
Según un reporte del DANE (2009), el número total de colombianos en el exterior es de 3.378.345, es decir aproximadamente el 10% de la población del país, cuyo principales destinos de emigración son Estados Unidos, Venezuela y España, el 85.7 % de la emigración es predominantemente económica, es decir, de migrantes en búsqueda de oportunidades laborales y mejores ingresos.

Como hacen referencia Ramirez, Zuluaga & Perilla (2010), en los datos de los registros consulares de colombianos en diferentes países y continentes, como se puede apreciar en la tabla 1.

Tabla 1: Cifras de colombianos en el exterior. Elaborada en base a datos del documento electrónico *Perfil migratorio de Colombia*.

PAISES Y CONTINENTES	REGISTROS CONSULARES DE COLOMBIANOS
América del Norte	533.189
América del sur	409.626
Europa	289.641
Centro América y el Caribe	24.514
Asia y Oceanía	15.993

Tabla 2: Extranjeros residentes en España con certificado de registro o tarjeta de residencia en vigor según régimen.

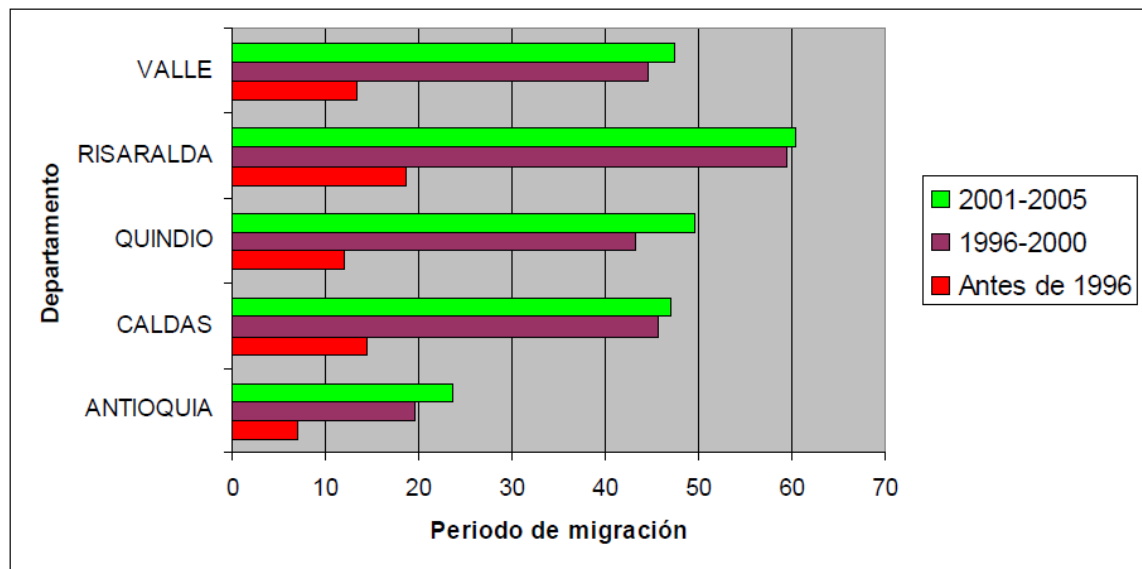


España es uno de los principales destinos de emigración de los colombianos, ya que consideran que allí tienen la posibilidad de mejorar sus ingresos, lo cual da pie para centrar el análisis en los colombianos residentes allí ya que representan una cifra importante que puede convertirse en un mercado potencial.

2.1.2 De donde Proviene los Colombianos que Residen en el Exterior

Según la gráfica 2 del censo del DANE de 2007, el principal departamento de donde provienen el mayor número de personas que residen en el exterior, es del eje cafetero, que incluye Risaralda, Quindío, y Caldas. En segundo lugar se tiene al Valle del Cauca, y en tercer lugar está Antioquia.

Gráfica 2: Lugar de origen de los colombianos en el exterior. Elaborada en base a datos del DANE, censo 2007.



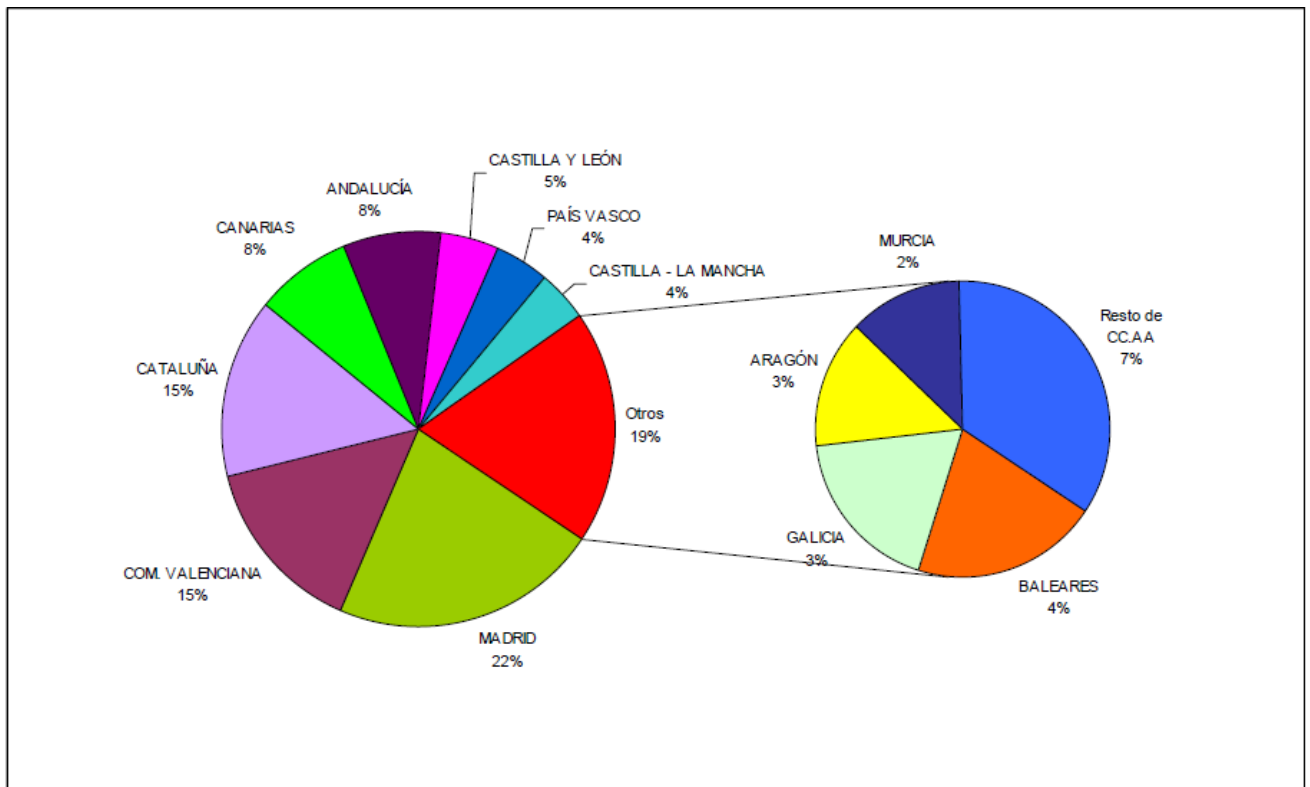
Fuente: DANE (2007)

Los colombianos que migran a España provienen de algunas de las principales ciudades de Colombia, siendo el eje cafetero y el Valle del Cauca las que presentan el mayor número de colombianos que migran. Es importante conocer estos datos, ya que se puede partir de estos para definir los perfiles del consumidor colombiano en España, según su lugar de origen se tiene más claridad de sus gustos, hábitos, costumbres y preferencias.

2.1.3 Ciudades donde residen más Colombianos:

Según los datos más recientes de extranjeros residentes en España con tarjeta en vigor, el colectivo colombiano muestra un alto grado de concentración en las siguientes comunidades: Madrid con 22%, Valencia con 15%, Cataluña 15%, Canarias 8%, y Andalucía con 15%.

Tabla 3: Lugar de residencia de colombianos en España. Elaborada en base a datos de la secretaría general de inmigración y emigración del ministerio de empleo y seguridad social.



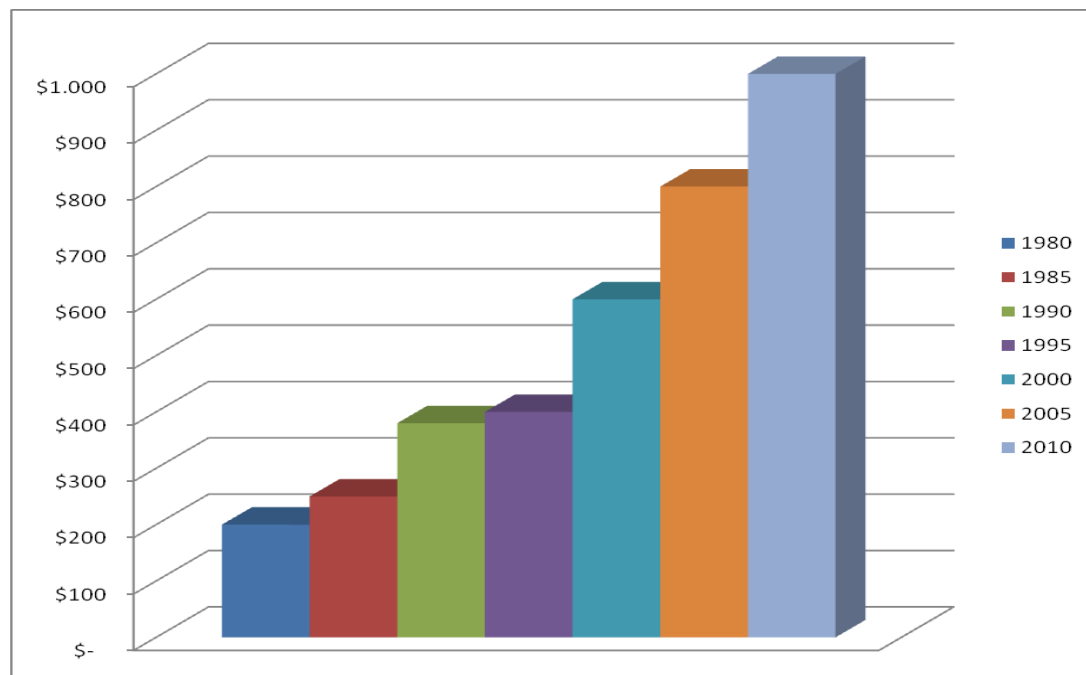
2.1.4 Ocupación Laboral de los Colombianos en España

El mercado de trabajo español demanda una mano de obra inmigrante para cubrir la falta endémica de mano de obra autóctona en nichos laborales específicos, caracterizados por la estacionalidad y la precariedad en términos de las condiciones de trabajo, lo que facilita la inserción laboral de colectivos como los colombianos en determinados sectores. El colectivo colombiano trabaja especialmente en el sector de servicios (73.3%), en construcción (15%), industria (7.5%), y agricultura (4.1%). Información tomada de "Pajares 2007"

2.1.5 Ingresos promedio de los colombianos en España

- Los **ingresos** personales de las ganancias anuales medianas para los colombianos mayores de 16 años y mayores fueron de US \$ 25.000 en 2009, los ingresos promedio para todos los hispanos en los España. fueron de \$ 20.000.
- **El nivel de pobreza.** El porcentaje de colombianos que viven en la pobreza, el 12%, es similar a la tasa para la población general de España. (14%) y menor que la tasa para los hispanos en general (23%).

En un estudio del poder de compra de los latinos en España, el poder adquisitivo de los latinos en el 2010 fue de USD 1000 mensual, y se estima que para el 2015 el poder de compra de los latinos crezca hasta 1.5 billones de dólares; como se puede apreciar en la siguiente grafica 4.

Gráfica 3: El poder de compra de los latinos en España.

El nivel de ingresos de los colombianos en España tiende a aumentar, lo que influye directamente en una capacidad de compra mayor y que posiblemente estén dispuestos a adquirir productos más por darse gusto que por necesidad.

2.1.6 Perfil migratorio de Colombia

La Organización Internacional para las Migraciones (OIM) en su portal (<http://oim.org.co>) lidera diferentes informes e investigaciones en torno a las Migraciones a nivel mundial. En base al trabajo de Ramirez, Clemencia, Zuluaga, Marcela & Perilla, Clara (2010), que elaboraron el *Perfil Migratorio de Colombia*, se rescatan aquí los aspectos más relevantes:

- Las principales causas de emigración colombiana son de tipo económicas, familia y por seguridad, en su orden.
- Las migraciones de tipo económico son impulsadas por el deseo de obtener mayores ingresos y mejor calidad de vida, oportunidades que no han encontrado en su país natal debido a las situaciones que afronta.

- Como consecuencia de dichas migraciones, hay pérdida del capital humano colombiano, observando un número importante de personas con formación calificada que generalmente no retornan a su país de origen (Colombia).

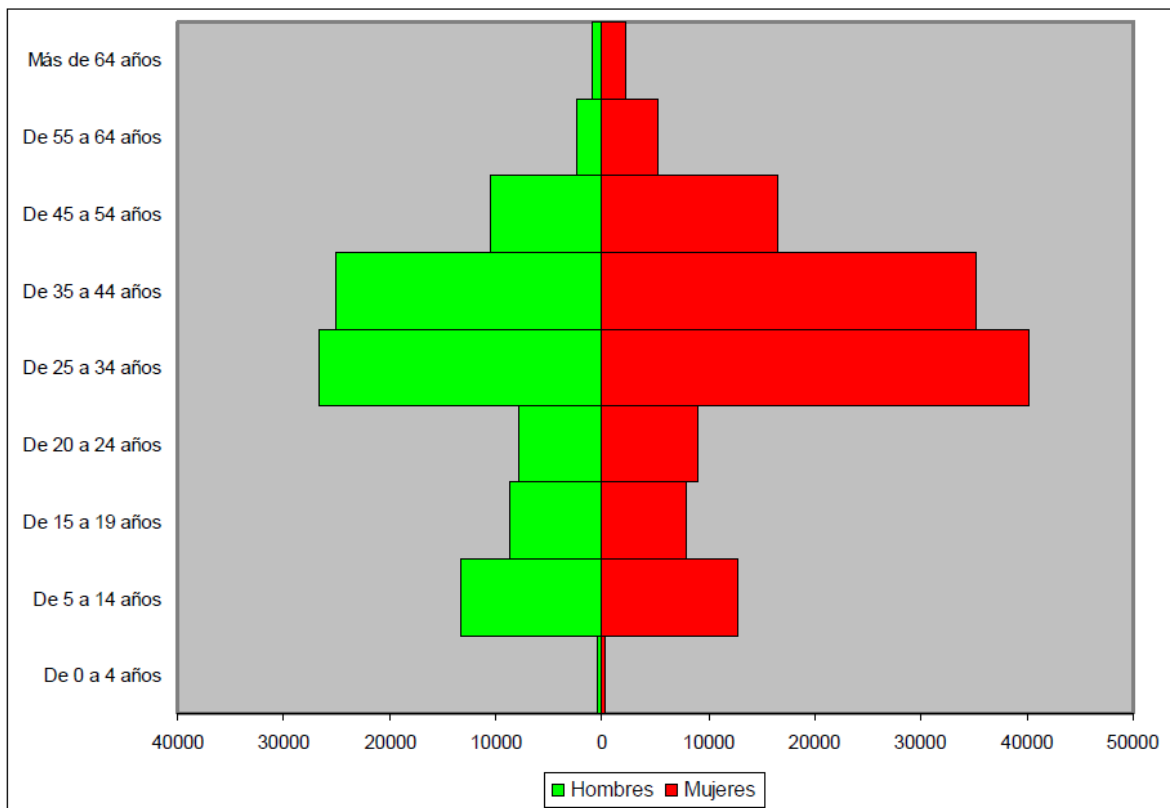
2.1.7 Motivos de emigrantes para vivir en el exterior antes y después de 2005

Tabla 4: Motivos de emigrantes para vivir en el exterior antes y después de 2005. Elaborada en base a datos de la fuente, Perfil Migratorio de Colombia 2010.

MOTIVO	ANTES DE 2005	A PARTIR DE 2005	TOTAL
Económico, laboral	87,4	82,7	85,7
Matrimonio, reunificación familiar	6,8	6,9	6,8
Estudio	2,8	6,9	4,3
Conocer, aventurar	2,2	2,2	2,2
Seguridad, otro	0,8	1,3	1,0
Total	100,0	100,0	100,0

2.1.8 Datos sociodemográficos de migrantes colombianos en España

- **Gráfica 4.** Pirámide de población de los colombianos residentes en España.



Como se observa en la gráfica, la migración colombiana a España se caracteriza por una alta proporción de mujeres así como por su juventud respecto a la migración proveniente de otras regiones del mundo y a la población autóctona.

2.1.9 Hábitos de Consumo

- Los Colombianos prefieren comprar en sitios que tengan relación con su país, ya que esto les recuerda a su origen.
- Están en constante comunicación con sus familiares y amigos
- Consumen más de 13 horas de internet semanalmente.
- La mayoría consumen de 3 a 6 horas de televisión semanalmente, sus canales de preferencia son los que den información de su país.
- Gastan entre 1 y 2 horas semanales en leer revistas
- Los colombianos en el exterior son en su mayoría profesionales con capacidad de compra.

Los latinos que residen en España tienden a adaptarse a las costumbres de este país, pero sin dejar a atrás los hábitos, tradiciones, gustos y preferencias en su país de origen; es por esto que las empresas que deseen abarcar este segmento del mercado no deben pretender hacerlo con las mismas estrategias que funcionan para los consumidores españoles tradicionales.

Con estas características se define al consumidor latino que habita en España:

- Prefiere marcas bien conocidas o conocidas, además tienen a comprar lo que compraban sus padres.
- Es escéptico y cree que los productos de marcas de renombre son de mayor calidad, los productos genéricos no funcionan bien en este país.
- Son consumidores muy fieles, una vez que han decidido establecerse con una marca, es muy difícil que la dejen.
- Prueban un nuevo producto, si, y solo si, no están satisfechos con su elección actual.
- Tienden a NO ser compradores compulsivos

- El humor y la risa son excelentes maneras de conectarse con los consumidores latinos, ya que estos frecuentemente molestan a las personas a cerca de sus atributos físicos, esto en forma de charla, nunca de una manera humillante.
- Compran marcas anunciadas por las tiendas de su grupo étnico, que generalmente son más pequeñas.
- Leen muy poco los medios impresos.
- Gastan un poco más, porque los latinos en España cuentan con mayor poder de compra que el que tendrían en su país de origen.

2.1.10 Lo que prefieren

- Productos como accesorios para bebe, comida, cerveza, refrescos y productos de uso personal, tales como cremas, lociones, cosméticos.
- Los productos con los cuales los latinos se involucran un poco mas son: alimentos, cosméticos, electrodomésticos pequeños, como televisiones, radios y ropa.
- Prefieren productos frescos a congelados o preparados.
- Las mujeres latinas gastan en promedio 60% más en maquillaje.
- Consumen más bebidas con sabor a fruta.
- Prefieren comprar en panaderías, carnicerías, tienda de abarrotes.
- Cuando los latinos compran hay ciertos factores o características que buscan en general: precios bajos, localización cercana, variedad de mercancías, varias opciones de pago, que las etiquetas estén en español y que el dueño pertenezca a la comunidad.
- Gastan menos en restaurantes ya que les gusta más comer en casa.

Por otra parte un Estudio de Hábitos de los colombianos en el exterior fue realizado por RCN radio y colombianosenelexterior.com, basado en que los colombianos en el exterior suma más de 5 millones y que estos colombianos reclaman oportunidades reales de negocio e interacción con su país, los colombianos que emigran conforman un creciente e interesante mercado, que a diferencia de otras culturas, tiene tan arraigada su identidad que los convierte en un interesante grupo objetivo de consumidores y

potenciales distribuidores para las empresas colombianas, el estudio consiste en 30 preguntas que van desde datos personales, información socio demográfica (residencia actual, composición familiar, tiempo de residencia en el exterior, educación, idiomas, remesas), información financiera, transacciones con Colombia, hasta hábitos de consumo como tal (consumo de productos colombianos, nivel de consumo, presupuesto, marca y la facilidad de consecución), este estudio es vendido a las empresas colombianas en aproximadamente 80.000.000 \$ con el fin de que identifiquen el potencia mercado de colombianos en el exterior.

2.2 Capítulo II. Facilidad para hacer negocios en España (Doing business)

De acuerdo con el Doing Business (2013) España a pesar de ser un país miembro de la OCDE su puesto en el ranking de los mejores países para realizar negocios a caído en los últimos años, encontrándose apenas un puesto delante de Colombia entre los 185 países analizados (está en el puesto 44 y Colombia en el 45).

En las siguientes tablas se detallan los principales indicadores por cada tema.

Tabla 5: Clasificación Doing Business 2013 por categoría para Colombia. Elaborada en base a datos del Doing Business 2013.

REGIÓN	CATEGORÍA DE INGRESO	POBLACIÓN	INB PER CÁPITA (US\$)	DOING BUSINESS 2013 CLASIFICACIÓN	DOING BUSINESS 2012 CLASIFICACIÓN	CAMBIO
América Latina y el Caribe	Ingreso alto medio	46.927.125	6.110	45	44	bajó 1 puesto

CLASIFICACIÓN DE LA CATEGORÍA	DB 2013 Clasificación	DB 2012 Clasificación	Cambio
Apertura de un negocio	61	65	4
Manejo de permisos de construcción	27	26	-1
Obtención de electricidad	134	129	5
Registro de propiedades	52	53	1
Obtención de crédito	70	67	3
Protección de los inversores	6	6	No cambio
Pago de impuestos	99	99	No cambio
Comercio transfronterizo	91	91	No cambio
Cumplimiento de contratos	154	151	3
Resolución de la insolvencia	21	19	2

Tabla 6: Clasificación Doing Business 2013 por categoría para España. Elaborada en base a datos del Doing Business 2013.

REGIÓN	CATEGORÍA DE INGRESO	POBLACIÓN	INB PER CÁPITA (US\$)	DOING BUSINESS 2013 CLASIFICACIÓN	DOING BUSINESS 2012 CLASIFICACIÓN	CAMBIO
OCDE	Ingreso alto	46.235.000	30.990	44	42	bajó 2 puestos

CLASIFICACIÓN DE LA CATEGORÍA	DB 2013 Clasificación	DB 2012 Clasificación	Cambio
Apertura de un negocio	136	134	2
Manejo de permisos de construcción	38	33	5
Obtención de electricidad	70	68	2
Registro de propiedades	57	56	1
Obtención de crédito	53	52	1
Protección de los inversores	100	98	2
Pago de impuestos	34	36	-2
Comercio transfronterizo	39	42	-3
Cumplimiento de contratos	64	64	No cambio
Resolución de la insolvencia	20	21	-1

Tabla 7: Apertura de un negocio. Elaborada en base a datos del Doing Business 2013.

Indicador	España	Colombia
Procedimientos (número)	10	8
Tiempo (días)	28	13
Costo (% de ingreso per cápita)	4,7	7,3
Requisito de capital mínimo pagado (% de ingreso per cápita)	13,2	0

De acuerdo con la tabla 7, la apertura de un negocio en España requiere de 10 procedimientos en total para que un empresario pueda abrir y operar una empresa, como

lo son la obtención de licencias, inscripción ante autoridades, permisos, entre otros, en los cuales se gastara un promedio de 28 días para realizarlos, un 4,7% del ingreso per cápita y el requisito de capital mínimo pagado es el 13,2% del ingreso per cápita.

Tabla 8: Manejo de permisos de construcción. Elaborada en base a datos del Doing Business 2013.

Indicador	España	Colombia
Procedimientos (número)	8	8
Tiempo (días)	182	46
Costo (% de ingreso per cápita)	51,8	312

En cuanto al manejo de permisos de construcción en España, la tabla 8 detalla que se requiere realizar 8 procedimientos entre ellos presentación ante las autoridades de todos los documentos específicos del proyecto de obra, la obtención de autorizaciones, licencias, permisos y certificados, la aprobación de todas las notificaciones necesarias y la recepción de todas las visitas de inspección exigidas, para que una empresa pueda comenzar a construir un almacén, estos procedimientos pueden llevarse a cabo en aproximadamente 182 días, con un costo de 51,8% del ingreso per cápita.

Tabla 9: Obtención de electricidad. Elaborada en base a datos del Doing Business 2013.

Indicador	España	Colombia
Procedimientos (número)	5	5
Tiempo (días)	101	165
Costo (% de ingreso per cápita)	232,1	995

Referente al tema de obtención de electricidad, la tabla 9 muestra que son necesarios 5 procedimientos para que una empresa pueda obtener conexión y suministro de electricidad en su almacén, en el caso de ser una construcción nueva, entre los tramites

se encuentran la solicitud y la firma de contratos con empresas de suministro de electricidad, las inspecciones y autorizaciones necesarias. Para lograr lo anterior se gastaran alrededor de 101 días a un costo del 232,1% del ingreso per cápita.

Tabla 10: Registro de propiedades. Elaborada en base a datos del Doing Business 2013.

Indicador	España	Colombia
Procedimientos (número)	5	7
Tiempo (días)	13	15
Costo (% del valor de la propiedad)	7,1	2

Para el registro de propiedades, es decir la adquisición de una propiedad en EEUU, se deben llevar a cabo 5 procedimientos como lo muestra la tabla 10, entre los cuales se encuentran, obtención de documentos, estudios de titularidad, registro, entre otros, dichos tramites necesitaran de 13 días para ser llevados a cabo y un costo del 7,1% del valor de la propiedad.

Tabla 11: Obtención de crédito. Elaborada en base a datos del Doing Business 2013.

Indicador	España	Colombia
Índice de fortaleza de los derechos legales (0-10)	6	5
Índice de alcance de la información crediticia (0-6)	5	5
Cobertura de registros públicos (% de adultos)	53,3	0
Cobertura de organismos privados (% de adultos)	13,2	72,5

La tabla 11, muestra el índice de fortaleza de los derechos legales que trata principalmente de la protección de los derechos de los acreedores y deudores en una transacción, el cual para España es 6, en una calificación de (0- 10) donde 10 es el máximo. Por otra parte se observa el índice de alcance de información crediticia que

mide la transparencia, cobertura, alcance y accesibilidad en la información crediticia, el cual es de 5 en España.

Tabla 12: Protección de los inversores. Elaborada en base a datos del Doing Business 2013.

Indicador	España	Colombia
Índice de grado de transparencia (0-10)	5	8
Índice de responsabilidad de los directores (0-10)	6	8
Índice de facilidad para juicios de accionistas (0-10)	4	9
Índice de fortaleza de protección de inversores (0-10)	5	8,3

En la tabla 12, se pueden observar los índices de protección a los inversores los cuales miden el nivel de protección que disponen legalmente los accionistas minoritarios contra el uso abusivo de los activos de una compañía por parte de los directores para beneficio propio. Los indicadores distinguen tres dimensiones de protección de los inversores: índice del grado de transparencia, índice del grado de responsabilidad de los directores y el índice de la facilidad para juicios de accionistas.

Tabla 13: Pago de impuestos. Elaborada en base a datos del Doing Business 2013.

Indicador	España	Colombia
Pagos (numero por año)	8	9
Tiempo (horas por año)	167	203
Impuesto a las ganancias (%)	1,2	19,2
Impuestos laborales y contribuciones (%)	36,8	28,8
Otros impuestos (%)	0,7	26,4
Tasa de impuestos total (% de ganancia)	38,7	74,4

En cuanto al pago de impuestos en España, la tabla 13 visualiza que se deben realizar en promedio 8 pagos de impuestos durante el año, invirtiendo en estos trámites aproximadamente 167 horas al año, los empresarios deben pagar en totalidad 38.7% de impuestos sobre las ganancias, teniendo en cuenta los impuestos a las ganancias, laborales y otros.

Tabla 14: Comercio transfronterizo. Elaborada en base a datos del Doing Business 2013.

Indicador	España	Colombia
Documentos para exportar (numero)	5	5
Tiempo para exportar (días)	9	14
Costo de exportación (US\$ por contenedor)	1260	2255
Documentos para importar (numero)	6	6
Tiempo para importar (días)	9	13
Costo de importación (US\$ por contenedor)	1350	2830

La Tabla 14 nos muestra los indicadores relacionados con el comercio transfronterizo es decir exportación e importación. Se puede observar que para la exportación de un producto en España, se deben diligenciar 5 documentos, que el trámite dura 9 días y el costo es de 1.260 usd por contenedor, por su parte la importación requiere de 6 documentos, 9 días de operación y su costo es de 1.350 usd aproximadamente.

Tabla 15: Cumplimiento de contratos. Elaborada en base a datos del Doing Business 2013

Indicador	España	Colombia
Tiempo (días)	510	1346
Costo (% de cantidad demandada)	17,2	47,9
Procedimientos (número)	40	34

Referente al cumplimiento de contratos que miden la eficiencia del sistema judicial en la resolución de una disputa comercial, en la tabla 15 se puede observar que el tiempo para la resolución de estos es de 510 días aproximadamente, se requiere de 40 procedimientos para llevarlo a cabo, con un costo de 17,2% sobre la cantidad demandada.

Tabla 16: Resolución de la insolvencia. Elaborada en base a datos del Doing Business 2013.

Indicador	España	Colombia
Tiempo (años)	1,5	1,3
Costo (% de los bienes)	11	6
Tasa de recuperación (centavos por dólar)	76,5	76,2

Por último, en la tabla 16, se observan los indicadores para la resolución de insolvencias, es decir cierre de una empresa, el cual necesita de 1,5 años para llevarse a cabo, con un costo del 11% de total de bienes del deudor y una tasa de recuperación del 76,5%, que se refiere a los centavos por dólar recuperados por el acreedor.

2.3 CAPÍTULO III. TRATADO COMERCIAL COLOMBIA – UNION EUROPEA

El acuerdo comercial entre la Unión Europea-Colombia y Perú aumenta los puestos de trabajo y el crecimiento en medio de una recesión económica global. También ayuda a la democracia colombiana a seguir avanzado en la protección de los derechos humanos y laborales. Si bien el acuerdo supone beneficios económicos, también incluye cláusulas para asegurar que la Unión Europea y Colombia sigan respetando el estado de derecho y los derechos fundamentales. El acuerdo comercial entre la Unión Europea y sus Estados miembro, por un lado, y Colombia y Perú, por el otro, es parte de una larga relación entre la Unión Europea y la Comunidad Andina. En términos de su alcance y de su ambición, el acuerdo está alineado con la política de TLC de la Unión Europea según se expresa en la estrategia de política comercial "Europa global" de 2006 y según se afirma en la declaración "Comercio, crecimiento y asuntos mundiales" de 2010. También se corresponde con la política comercial colombiana de apertura de mercados y de mayor internacionalización de su economía.

Mutuamente beneficioso por muchas razones, el acuerdo aspira a formalizar la relación comercial existente entre las tres partes, generar nuevas oportunidades de trabajo, fomentar la inversión en los mercados afectados, y respetar las normas internacionales sobre protección ambiental, derechos humanos y de los trabajadores.

Colombia ya tiene ocho acuerdos comerciales vigentes con 16 países, incluidos Canadá, Estados Unidos, Suiza, Corea del Sur, Argentina, Brasil, Chile, México, Perú, Salvador, Guatemala, Honduras, Ecuador, Bolivia, Uruguay, Paraguay y Liechtenstein. Otros tres, que involucran a Noruega, Corea del Sur y la Unión Europea, están sujetos a la aprobación del Congreso. Actualmente, también se están negociando acuerdos comerciales con Turquía, Israel, Costa Rica, Panamá y la Alianza del Pacífico. Con Japón y China, se están implementando métodos para determinar los alcances.

El acuerdo proporcionará beneficios cuantificables a todas las partes, al promover el crecimiento, los puestos de trabajo y al aumentar la competitividad global para la Unión Europea, Colombia y Perú.

Transmite el mensaje concreto de que la Unión Europea sigue siendo una fuerza que debe considerarse a nivel global, al restablecer la competencia en igualdad de condiciones de las empresas europeas respecto de las empresas cuyos países ya tienen acuerdos comerciales, por ejemplo, Estados Unidos y Canadá.

2.3.1 Qué productos quedaron excluidos

Los productos que se excluyeron de la negociación fueron carne de cerdo, avicultura, maíz y arroz.

2.3.2 Cómo quedó el sector agropecuario de Colombia

El resultado de la negociación para Colombia en el ámbito agropecuario fue positivo, y el país alcanzó un equilibrio en lo negociado, ya que nuestros productos de interés contarán con ventajas arancelarias.

Entre los beneficios alcanzados se destaca lo siguiente:

- Azúcar: Colombia contará con un contingente libre de arancel para 62.000 toneladas con crecimiento del 3% anual. Para el sector azucarero esta oportunidad es valiosa, toda vez que hoy las posibilidades de ingreso a ese mercado son mínimas por los altos aranceles. Adicionalmente, se pactó una norma de origen en la que el azúcar debe ser elaborado a partir de la extracción de caña de azúcar cultivada y cosechada, en el país.
- Productos con azúcar: Colombia contará con un contingente libre de arancel para 20.000 toneladas con crecimiento de 3% anual, lo cual generará oportunidades importantes en productos con alto valor agregado.
- Etanol y Biodiesel: libre acceso inmediato.
- Flores: Gracias al Acuerdo, este producto contará inmediatamente con acceso libre de manera permanente. Uno de los grandes avances fue haber logrado que en las normas de origen se permita importar el material genético de terceros

países para después exportar el producto final a la UE con tratamiento preferencial, lo cual era una prioridad para el sector floricultor nacional.

- **Café:** Se logró libre arancel para el café tostado y para las preparaciones de café. Se pactó una norma de origen general mediante la cual se considerará originario todo café tostado en grano, solo si este ha sido cultivado y cosechado en los países parte de este acuerdo. La UE contará con un cupo reducido de 100 toneladas para café tostado de la variedad arábica con una norma de origen flexible.
- **Aceite de palma:** Se consiguió libre acceso para el aceite crudo y para el refinado. En el sector de oleaginosas, se pactó una regla de origen en la que se otorgará preferencia arancelaria a aquellos aceites vegetales y animales y mezclas refinadas, a partir de aceites en bruto originarios, como era el interés de Colombia.
- **Frutas y hortalizas:** se beneficiarán con acceso inmediato libre de aranceles en su gran mayoría, y en algunos otros casos habrá condiciones favorables de acceso al mercado frente a terceros. En cuanto a las normas de origen, las frutas y hortalizas tendrán que ser totalmente obtenidas, y para las preparaciones de las mismas, 50% tendrán que ser originarias.
- **Tabaco:** Colombia logró libre acceso sin aranceles donde el sector espera en los próximos 7 años exportar más de USD 100 millones, mientras que los países competidores tendrán que pagar € 56 por cada 100 Kg netos. Para el tabaco y los cigarrillos, se pactó una norma de origen con exigencia de 70% de materiales originarios.
- **Lácteos:** Para este sector se logró, por parte de Colombia, una desgravación que atenderá las particularidades de dicha actividad productiva. Por ejemplo, se dispondrá de unos plazos adecuados de desgravación (hasta 15 años, igual que con Estados Unidos), con unos contingentes de libre acceso que representan cantidades reducidas en comparación con la producción nacional.

La Unión Europea tendrá preferencias y mayor acceso al mercado colombiano para lácteos, jamones, licores (whisky, vinos y vodka), entre otros. Para productos complementarios como aceite de oliva, trigo y cebada, Colombia ofreció acceso libre e inmediato a las exportaciones de la UE.

2.3.3 Cómo quedó el sector Industrial de Colombia

En materia de bienes industriales, incluida la pesca, 99,9% de las exportaciones de Colombia tendrán libre acceso sin aranceles a la UE, desde la entrada en vigencia del Acuerdo.

En cuanto a las normas de origen para el sector industrial, Colombia logró flexibilizar una gran cantidad de productos que antes tenían una norma restrictiva en el SGP Plus. Esto le permitirá al país aprovechar las preferencias arancelarias con la UE de una mejor forma. Por ejemplo:

- **Petroquímica, y plásticos:** Se logró incorporar una norma más flexible que la vigente actualmente bajo el SGP para todos los productos de la cadena. Adicionalmente, se pactó un cupo de 15.000 toneladas anuales para productos laminados de plástico, el cual podrá ser aumentado cuando se utilice 75% del monto mencionado.
- **Textiles:** A manera transversal, para textiles se pactó una regla que permite la importación de fibras de terceros países, pero el hilado tiene que ser elaborado en las Partes. Colombia logró, además, obtener flexibilidades para la importación de hilados elastoméricos e hilados entorchados de terceros países.
- **Confecciones:** Colombia logró obtener una regla que permite importar los hilados de terceros países, pero la tela debe ser elaborada en las Partes. Esto aplica de manera general, excepto para los productos “tejidos a forma”. Para estos últimos, Colombia logró flexibilidades adicionales en los principales productos de exportación colombianos “tejidos a forma” como medias, fajas, panties, entre otros. En estos casos, los productores podrán importar tanto el nylon como el elastómero de terceros países, que permitirán exportar hasta un total de 605 toneladas anuales de las confecciones mencionadas, y que representan 20 veces lo que se exporta hoy a la UE en estos productos. Estos montos podrán ser incrementados si se alcanza una utilización de 75%.

Todas las exportaciones colombianas hacia la Unión Europea, de los capítulos 50 al 60, tejidos que hoy tienen aranceles desde 0,0%; 2,0%; 2,9%; hasta 7,5% y 8,0%, quedarán totalmente libres de arancel, una vez entre en vigencia el Acuerdo.

De igual modo, todas las exportaciones colombianas hacia la UE de los capítulos 61 al 63, que corresponde a prendas y textiles confeccionados, que actualmente tienen aranceles desde 6,3%; 6,5%; 6,9%; hasta 10,0%, quedarán totalmente libres de arancel, cuando se ponga en marcha el Acuerdo.

2.3.4 Cómo quedó el sector de servicios

En este tema se lograron condiciones estables y ciertas para los inversionistas europeos ubicados en nuestro país. Así mismo, los proveedores colombianos podrán desarrollar sus actividades en 21 sectores, dando prioridad a aquellos integrados dentro del Programa de Transformación Productiva.

El Acuerdo ofrece un marco que permite la prestación de servicios, ya sea a distancia o, cuando se requiera, desplazándose temporalmente al país que lo demande para realizar allí su labor. Es decir, los proveedores de servicios contratados por una empresa colombiana podrán prestar un servicio en la UE, o ingresar y permanecer en el territorio europeo por un periodo de 6 meses.

El capítulo de servicios contiene disciplinas en varios subsectores: servicios transfronterizos, entrada temporal de personas naturales con fines de negocios, telecomunicaciones, servicios financieros, transporte marítimo internacional y comercio electrónico.

2.4 Productos con Potencial en España

2.4.1 Agroindustria

Oportunidad: Licores – Ron Oscuro

Tendencia

El ron colombiano podría penetrar el mercado español, en especial el ron oscuro, cuyo consumo podría superar al de whisky en los próximos años. El sector sigue innovando y lanzando nuevos productos al mercado por lo que hay buena aceptación de cocteles combinados como rones saborizados (limón y mojito). Los nuevos hábitos de los españoles, que incluyen la cultura y moda de la coctelería para tomaren casa, han llevado a los fabricantes a seguir apostando por los destilados de alta gama y potenciar el segmento de cocteles y/o combinados de baja graduación. También tienen cabida los cocteles listos para servir, superiores a los 20 grados, y presentados en aluminio monoblock para su consumo en frío.

Canal de Distribución

Las ventas están controladas por grandes distribuidores que manejan el 100% de las entradas del licor al país, y son ellos los encargados de segmentar los canales de colocación entre Horeca (hoteles, restaurantes y cafetería) y alimentación. Este es el encargado de ponerlo en el consumidor final. El canal Horeca en España representa 302.000 puntos de venta, siendo el más representativo el subcanal de establecimientos de bebidas (bares, discotecas y cafeterías). Fuente: Alimarket.

Oportunidad: Snacks

T e n d e n c i a

Los nuevos estilos de vida y hábitos que consideran más sano reducir las cantidades ingeridas en cada comida han aumentado el consumo de alimentos fuera de los horarios principales y abren espacio para snacks con reducido contenido calórico, los horneados o cereales. En el segmento infantil han experimentado fórmulas con productos bajos en grasas y sal, eliminando conservantes y colorantes artificiales. Los sabores novedosos, exóticos o al más puro estilo español, son los más demandados. Es importante divulgar las propiedades nutricionales que tienen los productos como fuente de hidratos de carbono y cómo encajan en una dieta equilibrada. El consumo de aperitivos en el hogar va en aumento y esto hace que se requieran formatos más grandes como parte de la compra para

el hogar. Los platanitos y achiras han encontrado una buena entrada en el mercado español. El segmento premium es una opción atractiva en un sector donde los márgenes son estrechos y la variedad abrumadora.

Canal de Distribución

Pueden ser importadores directos los encargados de hacer la distribución, pero además de ellos, también están las grandes cadenas, quienes cuentan con importadores propios. Los dos están encargados de poner los productos en los hoteles, restaurantes, bares y discotecas, además de las cafeterías. Las grandes cadenas a su vez los ponen en el consumidor final.

2.4.2 Manufacturas

Oportunidad: Dotación Hotelera (Amenities, ropa de cama, toallas, uniformes)

T e n d e n c i a

La industria hotelera busca siempre innovación y renovación, por ello prefieren proveedores cuya oferta se caracterice por buena relación calidad-precio, altos estándares de calidad internacional y con quienes puedan establecer alianzas estratégicas de mediano plazo.

Canal de Distribución

El exportador hace contacto directo con distribuidores y cadenas hoteleras. Existen en este mercado algunos grandes distribuidores que son los encargados de surtir a ciertas marcas de hoteles que prefieren la relación con los agentes locales.

Oportunidad: Cosméticos y cuidado personal

T e n d e n c i a

Los productos más destacados son: cuidado del cabello, cuidado de la piel, perfumes y fragancias, en especial los que contienen activos naturales y de cultivo biodinámico o ingredientes obtenidos a través de iniciativas de comercio justo (que apoyan a las comunidades locales). Los productos multitarea y de estimulación polisensorial también tienen buena acogida. Los supermercados quieren ofrecer marcas propias. A pesar de la crisis económica, hay un auge y crecimiento en el consumo de cosméticos masculinos. De acuerdo con datos de El Mundo y TNS a 30 de abril de 2010, de cada 10 euros invertidos en cosmética, tres corresponden a hombres, incrementándose el uso de productos de limpieza facial y cremas de tratamiento.

Canales de Distribución

Es el exportador, al momento de hacer la venta, quien hace el contacto directo con el distribuidor y conocedor del mercado. Este se moverá hacia las grandes superficies, que tienen una participación del 52,73% del mercado, a los selectivos o especializados, que manejan el 24,94%, a las farmacias que se llevan el 10,53%, a las peluquerías que representan el 6,79%, la ventadirecta con el 3,47% y la estética personal que se queda con el 1,47%. Todos estos son los encargados de llevar los productos al consumidor final.

2.4.3 Prendas de vestir

Oportunidad: Vestidos de baño

T e n d e n c i a

La irrupción en el mercado de trajes de baño de los grandes grupos de moda, como Inditex y Cortefiel operando bajo las marcas Oysho (400 tiendas en España) y Women's Secret (520), ha transformado el panorama de la distribución de estos productos. El modelo de la prontamoda ha generado una tendencia de colecciones más pequeñas pero mucho más frecuentes, en vez de hacer las dos tradicionales del año, (primavera/verano y otoño/invierno). La venta del producto es estacionalizada, por lo que hay poca oferta dedicada exclusivamente a vestidos de baño, varias empresas vienen trabajando para compartir superficies comerciales con líneas de lencería. Estos son algunas franquicias que han crecido: Calcedonia (Intimissimi): 250 establecimientos; Etam Lingerie: 100 establecimientos; Undercolors of Benetton: 62 establecimientos; Golden Point: 50 establecimientos; Quebramar: 48 establecimientos y Yamamay: 16 establecimientos

Canal de Distribución

En esta división es importante que el exportador haga dos contactos: el agente comercial y el distribuidor. Son estos dos los encargados de llegar al canal de minoristas, quienes a su vez ponen las prendas en las tiendas multimarca (31%), Factory 7 outlet (8%), cadenas especializadas (20%), hipermercados y otras superficies (21%), grandes almacenes (13%), cadenas pequeñas especializadas (7%).

Oportunidad: Casual y celebración

T e n d e n c i a

Para la ropa casual, aumentan las marcas propias de los grandes almacenes, se valora altamente la calidad, el confort, el diseño de prendas y los pedidos se caracterizan por ser de pequeñas cantidades. Los trajes de celebración para niños y niñas tienen gran acogida en la primavera por la gran cantidad de bautizos, primeras comuniones y bodas.

Canal de Distribución

Existen dos posibilidades sobre los que se pueden mover los exportadores: agente comercial y distribuidor, sin embargo también se puede hacer el contacto directo con el agente comercial y este se entenderá con el distribuidor. Desde allí, el producto llegará al minorista y luego al consumidor final.

2.4.4 Servicios

Oportunidad: Turismo de salud

T e n d e n c i a

Se ha incrementado el culto al cuerpo (auge de centros de spa y bienestar), los destinos exóticos y la salud como forma de vida. Se abren oportunidades por la exclusión en los servicios médicos europeos de tratamientos dentales y operaciones estéticas, los largos

tiempos de espera para acceder a un procedimiento a través del Sistema de Seguridad Social y los altos precios en el mercado local. Colombia tiene un buen posicionamiento en el mercado étnico en buena prestación del servicio y calidad en tratamientos odontológicos, estéticos y cirugías de alta complejidad.

Canales de distribución

Las oportunidades son grandes y aunque el canal pareciera ser uno solo, resulta ser amplio. Lo que el exportador de servicios debe hacer es contactarse con una agencia de viajes minoristas y será esta la encargada de llegar al cliente final. Si el exportador tiene contactos de su profesión que ejerzan en este país, puede llegar directamente al cliente final.

Oportunidad: BPO (Desarrollo de software y Call Center)

T e n d e n c i a

Se buscan países con menores costos en mano de obra (ocho horas hombre en España equivalen a 24 horas hombre en Colombia). Los salarios en este sector han aumentado debido a la escasez de personal idóneo para desarrollar esas funciones. Se presenta mayor interés por offshoring, con alternativas de proveedores diferentes a los de India por ejemplo, en países en donde se hable el mismo idioma o haya una mayor afinidad cultural. Tercerización de actividades mucho más cercanas al núcleo del negocio, convirtiendo a los servicios básicos en un commodity. Aumento del servicio multicanal adicional al teléfono y el correo electrónico.

Canal de Distribución

El contacto debe hacerse directamente con el representante de la marca o compañía que esté solicitando la mano de obra, de esta forma se llegará al cliente final.

2.4.5 Entidades de apoyo a colombianos en España

2.4.5.1 Embajadas y Consulados

En general, la misión de las Embajadas de Colombia en los diferentes países, es la de representar al gobierno de Colombia sirviendo como un puente entre ambos países, en este caso Colombia – España, en busca de promover las relaciones bilaterales, ampliar el intercambio comercial y la exploración de nuevas formas de cooperación.

La misión de la Embajada de Colombia es representar al Gobierno de Colombia, promover las relaciones bilaterales, ampliar el intercambio comercial bilateral, buscar nuevas formas de cooperación, promover la imagen de Colombia, coordinar permanentemente actividades para la promoción de la cultura colombiana e impulsar el intercambio turístico. La Embajada de Colombia en España, sita en Madrid, es concurrente ante los Gobiernos de Andorra, Argelia y Marruecos.

Como un país de importancia estratégica para Colombia, España ha sido el principal interlocutor de nuestros intereses en la UE. Ocupa el segundo lugar en el stock de inversión extranjera directa en el país, después de Estados Unidos; es el segundo aportante europeo de la cooperación bilateral y el tercer país de destino de la migración colombiana. Por estas y otras razones ambos países alcanzaron el más alto nivel de sus relaciones gracias a la suscripción del Plan de Asociación Estratégica Bilateral. Ahora, el reto consiste en implementar este Plan que contempla la cooperación bilateral en diversos temas de gran interés para los dos Estados, como la consolidación de la Comunidad Iberoamericana, la seguridad internacional, los Derechos Humanos, el crecimiento económico sostenible y el desarrollo social, la conservación del medio ambiente, la educación, la cultura y la investigación científica.

España es el segundo país de destino de la migración colombiana. En esta materia, el país ibérico ha buscado cooperar con Colombia con la puesta en marcha de un Acuerdo de Regulación de Flujos Migratorios Laborales, a través de programas de migración temporal que han beneficiado a más de 6000 colombianos.

Nuestra estrategia política apunta a la implementación efectiva del Plan de Asociación Estratégica; a la concreción de acuerdos de índole bioenergética; al incremento de la inversión en Colombia; a la participación española en celebración del bicentenario de la Independencia.

En el ámbito multilateral, Colombia y España han jugado un papel fundamental, en particular en Naciones Unidas, en el marco de la Cumbre Iberoamericana, en la Unión Europea.

Argelia

Colombia mantiene unos estrechos lazos de amistad con este país, ambos participan activamente del Movimiento de los No Alineados. La agenda bilateral es amplia y dinámica. Colombia y Argelia cuentan con un tratado bilateral comercial vigente y las ciudades de Cartagena de Indias y Cherchell suscribieron un acuerdo de hermandad en 1997.

Las relaciones entre los dos países están por iniciar una importante etapa de fortalecimiento. Muchos compatriotas están viajando a este país a trabajar en sectores relacionados con las grandes riquezas energéticas de Argelia. La cumbre de países de América del Sur y países Árabes (ASPA) se ha convertido en un importante escenario de encuentro para el impulso de temas comerciales, de cooperación y culturales. Los cancilleres de Colombia y Argelia sostienen encuentros frecuentes en distintos foros y Asambleas como Naciones Unidas, NOAL y ASPA. La Embajada de Colombia en Madrid- España es la concurrente ante el Gobierno de Argelia.

Principado de Andorra

El Principado de Andorra y Colombia establecieron relaciones diplomáticas el 27 de noviembre de 1995. La Embajada de Colombia en España es concurrente para el Principado de Andorra.

La Ministra de Relaciones Exteriores de Andorra Meritxell Mateu i Pi realizó una visita de trabajo a Bogotá el 15 de abril de 2009, en la que se acordó abrir espacios de cooperación en materia de turismo, renglón en el cual este país tiene gran experiencia.

Igualmente Colombia expresó interés en fortalecer el intercambio comercial, a través de ruedas de negocios. Asimismo existe una relación de apoyo mutuo en el marco de la Cumbre Iberoamericana de la cual Andorra hace parte

Reino de Marruecos

Embajada de Colombia en Madrid sirve como concurrente ante Marruecos. Los vínculos que unen a Colombia y Marruecos son sólidos e históricos. Han desarrollado una relación bilateral positiva en la cual se destacan los temas de cooperación. Marruecos cuenta con una vasta experiencia en temas como la pesca y el turismo que son de interés para nuestro país. Las ciudades de Cartagena de Indias y Fez se hermanaron en el año de 1997.

Culturalmente Colombia y Marruecos comparten una historia en común que se remonta a los tiempos de la dominación mora en España. La Embajada de Marruecos en Colombia ha sido especialmente activa en mostrar y rescatar las similitudes entre los dos pueblos que sin duda acercan y fortalecen las relaciones bilaterales.

Espacios como el ASPA son usados para continuar impulsando las relaciones entre los dos países. Continuamente altos funcionarios del Gobierno colombiano visitan Marruecos para atender distintas reuniones globales o por iniciativa e invitación de la misión en Bogotá.

CONSULADOS

Por su parte, los consulados en España, como una dependencia del ministerio de relaciones exteriores de Colombia, se encargan de asesorar y asistir a los colombianos que se encuentran en este país. Un consulado es una oficina del servicio exterior del Estado colombiano para los fines de asistencia y protección a sus nacionales y para la proyección de los intereses del propio Estado. Todos los nacionales colombianos tienen acceso a los servicios consulares sin recurrir a intermediarios. Los únicos cobros que pueden hacer las oficinas consulares son los que demanda el impuesto de timbre con

destino a la Tesorería de la Nación y los correspondientes a los derechos consulares que van al Fondo Rotatorio del Ministerio de Relaciones Exteriores.

Las tarifas consulares están localizadas en un lugar visible del consulado. El personal consular tiene dos categorías: Funcionarios Consulares remunerados y Funcionarios Consulares Honorarios (Ad-honorem). Sólo los funcionarios consulares remunerados ejercen funciones plenas. Los colombianos que van a residir en el exterior deben registrarse en el Consulado Colombiano más próximo al lugar de su residencia. Sólo así el Cónsul podrá conocer de su presencia y podrá prestarle asistencia cuando así lo requiera.

Funciones

El servicio consular colombiano:

- Protege y vela por los intereses del Estado colombiano y de sus nacionales, sean éstos personas naturales o jurídicas, dentro de los límites permitidos por las leyes y reglamentos del país donde se encuentran.
- Con base en las normas del derecho internacional y del Estado receptor, vela por los intereses de los menores colombianos y otros que carezcan de capacidad plena.
- Expide pasaportes a los nacionales colombianos.
- Expide visas para los extranjeros que deseen viajar a Colombia.
- Tramita los siguientes documentos: registro civil, cédula de ciudadanía, tarjeta de identidad, libreta militar, supervivencias, exhortos y diligencias judiciales.
- Promueve vínculos de todo orden entre las comunidades colombianas en el exterior y el país como medio de exaltar la identidad y los valores nacionales y promocionar la imagen de Colombia en el exterior.
- Lleva el censo de los colombianos en el exterior.

Lo que hace un consulado por los colombianos

- Asiste a los connacionales que se encuentran dentro de su circunscripción, velando por el respeto y protección de sus derechos fundamentales. Brinda asesoría legal y asistencia social en los Consulados donde haya contratado este servicio.

Lo que hace un consulado por los extranjeros

- Ofrece información general sobre el país
- Expide la correspondiente visa para el ingreso al país, cuando corresponde.
- Legaliza documentos expedidos en el exterior que vayan a surtir efectos en Colombia.

En España existen siete oficinas consulares en Madrid, Barcelona, Bilbao, Las Palmas de Gran Canaria, Palma de Mallorca, Sevilla y Valencia y un Cónsul Honorario en Mérida, que apoya en algunas funciones.

Antes de emprender su viaje a España es necesario que se informe en la Embajada Española en Bogotá sobre las formalidades y requisitos para ingresar al país.

2.4.5.2 Presencia Comercial PROEXPORT

En España, Proexport cuenta con una oficina comercial, ubicada en Madrid, con el fin de “ofrecer apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios”, como lo menciona Proexport en su portal www.proexport.com.co/red-de-oficinas

- **MADRID**

Director: Juan Gabriel Pérez

Correo Electrónico: madrid@proexport.com.co

Dirección: C/ Claudio Coello, 8, 28001 Madrid, España

Tel: +34 (91) 577 6708

Fax: +34 (91) 577 9736

Gracias a la presencia de Proexport Colombia en España, y la labor en ser un promotor de las industrias colombianas, se pueden apreciar diferentes oportunidades para los colombianos en este país.

2.4.5.3 Organización Internacional para las Migraciones - OIM

La OIM – Organización Internacional para las Migraciones fue creada en 1951 con el ánimo de promover las migraciones humanas ordenadas que generen beneficio para todos y para ello trabaja desde un asesoramiento y diversos servicios tanto a migrante como a los gobiernos.

Como lo señala en su portal La Organización Internacional para las Migraciones www.iom.int “La labor de la OIM consiste en cerciorarse de una gestión ordenada y humana de la migración; promover la cooperación internacional sobre cuestiones migratorias; ayudar a encontrar soluciones prácticas a los problemas migratorios; y ofrecer asistencia humanitaria a los migrantes que lo necesitan, ya se trate de refugiados, de personas desplazadas o desarraigadas.”

2.5 CAPITULO III. RELACIONES COMERCIALES COLOMBIA – ESPAÑA

2.5.1 Balanza Comercial

Tabla 17: Balanza comercial Colombia – España. Importaciones y exportaciones desde España.

Expor 12	Impor 12	Saldo 12	Cober 12 %	Expor 11	Impor 11	Saldo 11	Cober 11 %
ene	36.436	257.235	-220.800	14,16	30.947	52.582	-21.635 58,86
feb	40.161	291.431	-251.269	13,78	38.499	32.350	6.149119,01
mar	52.470	317.096	-264.625	16,55	64.284	29.328	34.956219,19
abr	36.454	147.668	-111.214	24,69	36.364	89.589	-53.224 40,59
may	61.473	187.849	-126.375	32,72	40.296	26.048	14.247154,69
jun	53.428	232.918	-179.490	22,94	48.928	70.835	-21.907 69,07
jul	56.444	211.049	-154.605	26,74	58.498	73.746	-15.248 79,32
ago	55.894	161.401	-105.507	34,63	40.386	56.222	-15.837 71,83
sep	55.257	192.872	-137.615	28,65	43.913	117.734	-73.820 37,3
oct	0	0	0	0	52.981	184.507	-131.527 28,71
nov	0	0	0	0	54.181	208.252	-154.071 26,02
dic	0	0	0	0	52.024	286.356	-234.332 18,17
Total	448.017	1.999.518	-1.551.500	22,41	561.301	1.227.549	-666.249 45,73

Tomado de: www.spainbusiness.com

La balanza de la tabla 17 muestra una situación de super ávit para las exportaciones colombianas a España. Lo que supone el crecimiento del mercado colombiano en España y es un indicio del crecimiento que puede llegar a tener la cantidad de productos colombianos consumidos por los residentes latinos en España.

2.5.2 Ranking de los principales sectores importados por España desde Colombia

Tabla 18: Principales sectores importados desde España desde Colombia.

Orden	Sector	Importe	Orden	Sector	Importe
1	MEDIO AMBIENTE Y PRODUCCIÓN ENERGÉTICA	1.821.861	11	TECNOLOGÍA INDUSTRIAL	1.974
2	PANADERÍA Y OTROS	52.745	12	HÁBITAT	1.418
3	INDUSTRIA AUXILIAR MECÁNICA Y DE LA CONSTRUCCIÓN	45.788	13	OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS	1.359
4	INDUSTRIA QUÍMICA (PRODUCTOS QUÍMICOS)	15.922	14	OCIO	551
5	PLANTAS VIVAS Y PRODUCTOS DE FLORICULTURA	13.264	15	TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS TELECOMUNICACIONES	529
6	PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS	12.973	16	INDUSTRIAS CULTURALES	311
7	PESCADOS Y MARISCO	10.171	17	GRASAS Y ACEITES	241
8	MODA	10.109	18	ANIMALES VIVOS Y SUS PRODUCTOS	71
9	MATERIAS PRIMAS, SEMIMANUFACTURAS Y PRODUCTOS INTERMEDIOS	7.637	19	VINOS	0
10	BEBIDAS SIN ALCOHOL	2.593	20	LÁCTEOS	0

Tomado de: www.spainbusiness.com

La tabla 18 muestra los sectores que actualmente tienen ingreso al mercado Español, de los cuales en primer lugar se encuentra el sector de medio ambiente y producción energética. De acuerdo a los productos con más potencial en España se comprueba con el indicativo del sector de la panadería que los “snack” tienen una importante acogida en el país ibérico, y seguirán siendo una buena oportunidad de negocio para los colombianos en España.

2.6 Situación de inversión en España

2.6.1 Incentivos a la inversión

Con objeto de promover la inversión, el empleo, la competitividad, y el crecimiento económico, el gobierno central y el resto de administraciones públicas han desarrollado y consolidado un amplio y completo sistema de ayudas e incentivos, otorgando especial énfasis al fomento del empleo indefinido y a la investigación, desarrollo, e innovación tecnológica. Además, el hecho de que España sea un estado miembro de la U.E, permite a los posibles inversores acceder a programas de ayuda europeos, lo cual hace aún más atractiva la inversión en España. Se tienen por consiguiente los siguientes incentivos a la inversión:

- Apoyo a las inversiones empresariales en energías renovables
- Fomento del empleo indefinido
- Fomento a la investigación, desarrollo e innovación tecnológica
- Promoción de la internacionalización
- Ayudas a las PYMES
- Acceso a los incentivos de inversión de la U.E a los empresarios que tienen miras de inversión en España.

2.6.2 Infraestructuras

España se caracteriza por ser uno de los mejores países del mundo en infraestructuras y durante la última década ha llevado a cabo un importante proceso de modernización que ha incluido una profunda renovación de sus instalaciones.

La red de autovías y autopistas, de casi 14.000 kilómetros, ha experimentado una continua renovación para aumentar su eficacia. El plan de inversión del Gobierno supone que España contará con una red de autovías y autopistas amplia, que permitirá a todas las ciudades españolas disponer de acceso directo y tener situada a más del 94% de la población a menos de 30 kilómetros de una vía de alta capacidad. En este sentido, se prevé que en el periodo 2008-2012 se pongan en servicio 1.500 kilómetros de autovías y se inicien las obras de otros 1.600 kilómetros. Con datos a 31 de marzo de 2009, se encuentran en construcción o licitación 1.564 kilómetros de autovías y autopistas.

Por lo que se refiere al transporte por ferrocarril (donde España dispone de una red de más de 15.000 kilómetros), las líneas de tren de alta velocidad se han convertido en una prioridad en los planes de infraestructuras del Gobierno estando previsto que las mismas cuenten, en el año 2020, con 10.000 kilómetros. Como consecuencia de ello, todas las ciudades españolas podrán disponer de acceso directo a la misma y el 90% de la población se situará a menos de 50 kilómetros de una estación de esta red.

En este sentido, a principios de 2008, el número de provincias que ya se veía beneficiado por las infraestructuras de alta velocidad existentes era de 33, con un porcentaje del 63,8% de la superficie total de España y aproximadamente un 73% del total de la población de nuestro país.

Asimismo, Madrid estará conectada mediante tren de alta velocidad con la frontera francesa, vía Zaragoza (Aragón), Barcelona (Cataluña) y vía Vitoria e Irún (País Vasco). En la actualidad, Madrid está conectada mediante tren de alta velocidad con numerosas ciudades de España a través las siguientes líneas: 1) Madrid-Sevilla; 2) Madrid-Zaragoza-Huesca; 3) Madrid-Zaragoza-Camp de Tarragona-Barcelona; 4) Madrid-

Málaga; y 5) Madrid-Segovia-Valladolid. Asimismo, a 31 de marzo de 2009, se encontraban en construcción o licitación 2.199 kilómetros, lo que permitirá poner en servicio 1.300 kilómetros de líneas de alta velocidad en el periodo 2008-2012, que comprenden entre otros los corredores de alta velocidad Barcelona-Gerona, Madrid-Valencia y La Coruña – Pontevedra - Vigo.

El Gobierno pretende continuar en el futuro con su programa de intensas inversiones en esta área. Ello se refleja en el Plan Estratégico de Infraestructuras y Transporte, plan que supone el mayor esfuerzo inversor en infraestructuras llevado a cabo por el Gobierno español y que, para el periodo 2005-2020, prevé una inversión total de más de 248 mil millones de euros. A este respecto, con una inversión acumulada de más de 62 mil millones de euros, ya se ha ejecutado más del 25% del Plan durante los primeros 4 años de vigencia del mismo, superándose los objetivos previstos tanto en total ejecutado como en porcentaje del PIB de dicha ejecución. El principal capítulo de este Plan es el del transporte por ferrocarril, el cual absorbe casi el 50% de todas las inversiones.

Finalmente, cabe destacar la liberalización del sector del transporte de mercancías desde el año 2005, lo que está dando paso a empresas privadas que prestan servicios para el transporte de mercancías por ferrocarril. La intención última es potenciar el transporte de mercancías por ferrocarril en general, con el objetivo de reducir los costes de nuestro sector industrial, aumentar la eficiencia energética del transporte y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

El transporte aéreo une las principales ciudades españolas, y las aproximadamente 250 líneas aéreas que operan en los 49 aeropuertos con que cuenta España conectan nuestro país con las principales ciudades del mundo. España es una importante estación de paso (hub) para las líneas que unen América y África desde Europa. En este sentido, las más importantes inversiones planeadas están orientadas a los dos principales aeropuertos internacionales, situados en Madrid y Barcelona.

Con la inauguración de la Terminal 4 en febrero de 2006, el aeropuerto de Madrid incrementó su capacidad hasta los 70 millones de pasajeros al año, habiendo sido reconocido en 2008 por el Airport Council International como el undécimo aeropuerto del mundo (en términos de número de pasajeros). Por otro lado, la inversión en el aeropuerto de Barcelona permitirá incrementar su capacidad hasta 70 millones de pasajeros al año.

En consonancia con el Plan Estratégico de Infraestructuras y Transporte, para el periodo 2005-2020 se ha puesto en marcha el “Plan Canarias” que supone una inversión de casi 3.000 millones de euros en aeropuertos canarios.

Asimismo, España goza de excelentes comunicaciones marítimas con más de 53 puertos internacionales en las costas atlántica y mediterránea. El Plan Estratégico de Infraestructuras y Transporte prevé incrementar hasta un 75% la capacidad de los puertos españoles, consolidando su papel como nodos intermodales para 2020. En concreto, en el periodo 2008-2012 se va a aumentar la capacidad de agua abrigada, de longitud de atraque y de superficie terrestre, en un 7%, un 26% y un 30%, respectivamente.

Asimismo, durante 2009 entrarán en funcionamiento las dos primeras Autopistas del Mar entre los puertos de Algeciras, Vigo y Gijón, y los de Nantes-Saint Nazaire y Le Havre en Francia. Se ha iniciado la negociación con el Gobierno Italiano para un proceso análogo. Esto permitirá una alternativa modal y más sostenible en algunos de los principales flujos con la UE. Por otro lado, con el objeto de mejorar la competitividad de los puertos, se está tramitando la nueva Ley de Puertos, que reducirá restricciones a la competencia inter e intra portuaria.

España está bien equipada en términos de infraestructura tecnológica e industrial, habiendo proliferado en los últimos años los parques tecnológicos en las principales áreas industriales, así como en torno a las Universidades y Centros de Investigación y Desarrollo. Actualmente existen 79 parques tecnológicos³ (32 de los cuales se encuentran totalmente operativos) en los que están establecidas más de 4.500 empresas, principalmente dedicadas al sector de las telecomunicaciones y la informática, dentro de las cuales una buena parte de los trabajadores están dedicados a la actividad de I+D.

Para 2010, el presupuesto para I+D+i asciende a 9.271 millones de euros, y para responder a los retos que plantea el futuro, el Gobierno ha puesto en marcha el programa INGENIO 2010⁴, un compromiso que pretende involucrar al Estado, la Empresa, la Universidad y otros Organismos Públicos de Investigación en un esfuerzo decidido por alcanzar en este terreno el nivel que nos corresponde por nuestro peso económico y político en Europa.

En un futuro lleno de desafíos, la inversión en I+D+I es la clave para mantener y aumentar el crecimiento, la productividad y el bienestar de nuestra sociedad.

2.6.3 Sistema financiero Español

Desde el punto de vista institucional, se puede definir el sistema financiero como el conjunto de entidades que generan, recogen, administran y dirigen tanto el ahorro como la inversión, en un sistema político-económico. España tiene un sistema financiero diversificado, moderno, competitivo y completamente integrado en los mercados financieros internacionales.

El sistema financiero comprende el mercado crediticio, el mercado de valores y el mercado monetario, así como mercados específicos para derivados (opciones y futuros basados en diferentes activos).

2.6.4 Formas de operar en España

Una vez que el inversor extranjero ha decidido operar o invertir en España, existen varias alternativas:

Constitución de una sociedad española con personalidad jurídica propia (una S.A. o cualquier otro tipo societario de los descritos en el Anexo I, apartado 2). En este sentido, el inversor extranjero tiene a su disposición varios tipos de entidades mercantiles para invertir en España previstos por la legislación española.

Tradicionalmente, la forma societaria más utilizada ha sido la sociedad anónima (S.A.); sin embargo, en los últimos años la constitución de sociedades de responsabilidad limitada (S.L.) ha ganado popularidad y viene siendo muy frecuente.

Apertura de una sucursal o de un establecimiento permanente, siendo ambos casos una alternativa a la constitución de una sociedad, careciendo estas figuras de personalidad jurídica propia por lo que su actividad y su responsabilidad jurídica siempre irán directamente vinculadas a la sociedad matriz del inversor extranjero.

Asociación con otros empresarios ya establecidos en España. Las joint ventures son, para numerosos inversores extranjeros, la forma más atractiva y adecuada de establecerse en España, ya que permiten compartir los riesgos y combinar recursos y experiencia.

En el ordenamiento español se pueden distinguir diferentes formas de joint venture que se desarrollan en el presente Capítulo:

- Agrupación de Interés Económico (A.I.E.) y Agrupación Europea de Interés Económico (A.E.I.E.).
- Unión Temporal de Empresas (U.T.E.).
- Celebración con uno o más empresarios españoles de una forma de colaboración propia del sistema jurídico español: "la cuenta en participación".
- Joint ventures a través de sociedades anónimas o limitadas.

Sin embargo, no es indispensable para invertir en España el constituir una nueva entidad o asociarse con otras entidades ya existentes. Se puede tener presencia en el mercado español, dando respuesta satisfactoria a la demanda existente, sin necesidad de establecer físicamente un centro de operaciones en España. Las diversas alternativas en este sentido son las siguientes:

- Celebración de un acuerdo de distribución.
- Realización de operaciones a través de un agente.
- Realización de operaciones a través de un comisionista.
- Establecimiento de una franquicia.

Cada una de estas alternativas comerciales ofrece diversas ventajas que deben ser contrastadas, tanto desde el punto de vista legal como fiscal, con sus posibles inconvenientes.

2.6.5 Impuestos en España

Los impuestos estatales existentes en España pueden clasificarse de la forma siguiente:

Impuestos directos:

- Sobre la renta:

Impuesto sobre Sociedades (IS).

Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).

Impuesto sobre la Renta de No Residentes (IRNR).

- Sobre bienes patrimoniales (afectan sólo a personas físicas):

Impuesto sobre el Patrimonio (IP).

Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones (ISD).

Impuestos indirectos:

— Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).

— Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITP y AJD).

— Impuestos Especiales.

— Derechos arancelarios a la importación.

— Impuesto sobre las Primas de Seguros.

Impuesto sobre Sociedades

El Impuesto sobre Sociedades está regulado por el Texto Refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades, aprobado por el Real Decreto Legislativo 4/2004, de 5 de marzo, y por el Real Decreto 1777/2004, de 30 de julio, por el que se aprueba el Reglamento del Impuesto sobre Sociedades².

El factor fundamental para determinar la aplicación o no del Impuesto sobre Sociedades a una entidad es la "residencia" fiscal. Se considera que una entidad es residente en España a efectos fiscales si cumple cualquiera de los siguientes requisitos:

Que se haya constituido conforme a las leyes españolas.

Que tenga su domicilio social en España.

Que tenga su sede de dirección efectiva en España

3 Hallazgos

- Las mujeres colombianas que residen en España representan una cifra significativa para el mercado de productos de belleza y cuidado personal, ya que, según el perfil de consumo estudiado, tienden a gastar más dinero en estas líneas de productos.
- Hay más cantidad de hombres colombianos residiendo en España, lo que podría ser un mercado interesante de abastecer por las empresas colombianas, teniendo en cuenta que los hombres colombianos en este mercado tienen menos hábitos de ahorro que las mujeres, por lo que tienden a gastar más.
- La mayor parte de los estudios sobre migraciones se centran en pérdida de capital y generación de remesas, sin embargo algunas empresas colombianas ya han comenzado a detectar el potencial de mercado que existe con los colombianos en el exterior.

4 Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

- La situación económica de los colombianos residentes en España es buena: en el 2009 contaban con ingresos anuales de 25000 dólares, lo que da a entender que la capacidad de compra es media-alta.
- Los puestos laborales que ocupan los colombianos residentes en España son en sectores de la salud, los servicios y la manufactura, principalmente, que se consideran calificados en este país para la población de migrantes allí.
- Los productos de mayor interés y que mas extrañan los colombianos en el exterior de su país son los alimentos, bebidas y productos de aseo personal, es por esto que son los productos con mayor potencial para este segmento de mercado.
- Los migrantes colombianos en España representan una oportunidad comercial y de negocios para los empresarios pequeños y medianos de Colombia, llevando sus productos a las comunidades migrantes colombianas allá, para que sigan aferrados a sus tradiciones y costumbres, convirtiéndolo en un mercado con oportunidad de crecimiento.
- El acuerdo de libre comercio con la Unión Europea, abre oportunidades para los productos colombianos en este país, ya que gracias a este, se pueden encontrar grandes ventajas que pueden ser aprovechadas. Para el tema de los alimentos, se evidencian reducciones arancelarias inmediatas al momento que el acuerdo entre en vigor, para los productos como: el cacao y sus preparaciones, azúcares y artículos de confitería, preparaciones de hortalizas y otros frutos y bebidas y líquidos alcohólicos.

- España presenta un gran atractivo para las inversiones extranjeras, caracterizándose por ser un país de ambiente favorable y desregulado, y uno de los primeros países en el ranking Doing Business (Facilidad para hacer negocios).

4.2 Recomendaciones

- Las pymes colombianas tienen la oportunidad de llevar o exportar sus productos a las comunidades migrantes en España por el medio más tradicional, el cual es, conseguir un representante de ventas o un distribuidor. La diferencia entre estos dos se encuentra en que el primero nunca es dueño de la mercancía, solo obtiene el pedido de los cliente y se comunica con el proveedor, el segundo es dueño de la mercancía y la revende, por lo general en estas ocasiones el costo del producto acarrea con el aumento establecido por el representante o distribuidor que varía entre un 10% o 15%, mas todos los costos de exportación del producto que varían dependiendo de las condiciones de transporte del mismo y términos de negociación.
- El sistema de franquicias es también otra opción, en donde los colombianos en España tengan la oportunidad de hacer uso de su nombre y modelo de negocios a cambio de un pago (regalías). Esta representa una oportunidad para expandir su mercado sin necesidad de incurrir en grandes costos de financiamiento, para esto es necesario tener un modelo de negocio claro y exitoso.
- El sistema de negocios llamado e-commerce, también puede ser usado por los empresarios colombianos para montar sus tiendas virtuales en internet para acceder al mercado colombiano en España, con menores costos de distribución, menores riesgos y sin necesidad de intermediarios. A través de esta modalidad las Pymes colombianas podrán llegar directamente al consumidor final en España.
- Si las empresas cuentan con recursos altos para la inversión y la posibilidad de asumir altos riesgos, pueden pensar en la apertura de una oficina de ventas en el país o incluso el montaje de su negocio como tal. La forma de negocio establecida regularmente por las empresas extranjeras, es la llamada *Branch* “sucursal de una empresa extranjera” la cual se caracteriza por no tener que realizar constitución en España, únicamente pedir autorización al Estado.

- Ante la necesidad de las Pymes Colombianas de ser más competitivas, abrirse al mercado mundial y aprovechar el acuerdo de libre comercio con la Unión Europea, se recomienda la creación de asociaciones y/o clúster que les permitan la cooperación entre sí, con el fin de llevar sus productos alimenticios al mercado de inmigrantes colombianos en España. Dos posibilidades interesantes son mediante la creación de una comercializadora internacional o de una sociedad en España que distribuya sus productos en las colonias colombianas.

Referencias bibliográficas

Cárdenas, M., y C. Mejía (2006) *Documentos de Trabajo en Migraciones Internacionales en Colombia, ¿qué Sabemos?*. Working Paper Series, 30, CEPAL.

Colombianos en el exterior.com. Colombianos en el exterior S.A (2005).
<http://www.colombianosenelexterior.com/index.php?idcategoria=12728&ts=4ed152633389219ef598f53992aa1b9c>

Departamento Nacional de Estadísticas (2005). *Censo 2005*. Recuperado el 03 de mayo de 2012, de www.dane.gov.co

Díez Jiménez, Adriano (2009) *La inmigración colombiana en España: Trayectos y proyectos migratorios de la población colombiana residente en Sevilla*. Tesis Doctoral. Universidad de Sevilla. Facultad de Geografía e Historia. Programa de doctorado: Ordenación del territorio y estrategias ambientales. Recuperado el 20 de agosto de: <http://fondosdigitales.us.es/tesis/tesis/1033/la-inmigracion-colombiana-en-espana-trayectos-y-proyectos-migratorios-de-la-poblacion-colombiana-residente-en-espana/>

Doing Business 2013. *Facilidad para hacer negocios en España*. Recuperado el 1 de noviembre de 2012 de: <http://espanol.doingbusiness.org/data/exploreconomies/spain>

Garay Salamanca, Luis Jorge. (2008). *El colectivo colombiano en la comunidad de Madrid*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012 de:
<http://mre.cancilleria.gov.co/wps/wcm/connect/5ebda800432329a0b6cdf7be3944b3d6/Jorge+luis+Garay.pdf?MOD=AJPERES>

Garay Salamanca, L.J y M.C. Medina Villegas. *La migración colombiana a España. El capítulo más reciente de una historia Compartida*. Recuperado el 2 de octubre de 2012 de:
http://extranjeros.empleo.gob.es/es/observatoriopermanenteinmigracion/otrosdocumentos/archivos/21_La_migracion_colombiana_a_Espana.pdf

Invest in Spain. Consultado el 25 de noviembre de 2012 de:
http://www.investinspain.org/icex/cda/controller/interes/0,5464,5296169_6215539_6215552_0,00.html

Khoudour-Casterás, David (2007) *Por qué emigran los colombianos? Un análisis departamental basado en el censo de 2005*. Revista de economía Institucional, vol. 9, No 16. Recuperado el 28 de octubre de 12 de:
<http://www.scielo.org.co/pdf/rei/v9n16/v9n16a10.pdf>

Londoño, Gustavo (2011). *Teoría de las Migraciones, Iberoamérica y Migraciones*. Recuperado el 22 de mayo de 2011

Lozares, Carlos (1996). *La teoría de redes sociales*. Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Sociologia. Barcelona, España. Publicado en <http://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n48/02102862n48p103.pdf> (Recuperado el 11 de junio de 2012).

Martínez Gutiérrez Juan Carlos, Ponente. (2011). *Proyecto de ley 214 de 2011 por medio de la cual se establece la norma que regula el retorno de compatriotas residentes en el exterior y se fijan incentivos migratorios*. Recuperado el día 7 de julio de 2012, de http://servoaspr.imprenta.gov.co:7778/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=1698&p_numero=214&p_consec=31524

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. *TLC. Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y Colombia y Perú*. Recuperado el 23 de octubre de 2012, de <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=18028>

OCDE (2010). *Perspectivas Económicas de América Latina*. Recuperado el 18 de junio de 2012, de <http://www.oecd.org/dataoecd/41/20/44305080.pdf>

Proexport Colombia. *Guía para exportar a Estados Unidos*. Recuperado el 23 de junio de 2012, de: <http://www.proexport.com.co/sites/default/files/espana.pdf>

Puyana, Silva (2003). Pymes y su situación en Colombia. Revista *Civilizar* de la Universidad Sergio Arboleda.

Ramírez, C, Zuluaga, M, & Perilla, C (2010). *Perfil Migratorio de Colombia*. Recuperado el 9 de marzo de 2012, de: http://publications.iom.int/bookstore/free/PERFIL_27ABRIL_IMPUESTAS.PDF

Spain Business. Web oficial del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), Ministerio de Economía y Competitividad. Disponible en: http://www.spainbusiness.com/icex/cda/controller/pageGen/0,3346,1559872_1597558_3115691_0,00.html.