



COLOMBIA: CANALES Y ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

- En el comercio en Colombia, se observan las mismas tendencias de transformación que en el resto de América Latina: entrada de empresas extranjeras, mayor concentración, aplicación de nuevas tecnologías y búsqueda de mayor eficiencia.
- El comercio emplea a más de 4 millones del total poblacional (casi el 25%). El comercio es mayoritariamente representado por micro empresas, principalmente, y pequeñas empresas (98%). Es reseñable también que las empresas se dedican principalmente al comercio minorista (68%), seguido del mayorista (23%) y del de comercio de auto-motores y sus partes (9%). Por organización jurídica, destacan las personas naturales con un 60%, seguida de las sociedades limitadas con un 31%.
- De las importaciones colombianas, tan sólo el 1,6 aproximadamente proviene de España. Los sectores más importantes son los bienes de consumo tradicionales (aceite, vino, embutidos, etc.), los bienes de equipo y maquinaria industrial y materias primas e insumos para diferentes sectores.
- Hay cuatro puntos a resaltar en cuanto a la demanda: Disminución de la frecuencia de compra de productos alimenticios unida a un aumento del canal tradicional en la venta de los mismos; gran preocupación del consumidor colombiano por el aspecto físico y la salud; diferentes patrones de compra muy acentuados entre las clases bajas y las altas; consumidor más exigente en la actualidad.
- En relación con la distribución, las principales tendencias son: continuación de la apertura de supermercados, hipermercados y centros comerciales, mayor número de franquicias, aumento en la importancia de las marcas propias y de las marcas B, importancia constante de las tiendas de barrio y los superretes y popularización de Internet como instrumento de compra.
- El comercio minorista en Colombia es atractivo. Colombia tiene 42 millones de habitantes, de los cuales el 72% vive en ciudades. Hay una importante clase alta interesada en adquirir productos de calidad en cualquier sector y que no tiene problemas en pagar un alto precio. La presencia de marcas de reconocido prestigio internacional de otros países europeos, EEUU y Asia así lo atestiguan.
- El mercado colombiano es muy interesante para la empresa española. España goza de muy buena imagen lo cual no se ve reflejado en el número de productos que llegan al consumidor. Una tendencia muy interesante a explorar es la preocupación por el aspecto físico y la salud. Esto hace que los productos ligeros, bajos en calorías y azúcares, ricos en minerales, etc., puedan tener una gran aceptación. En el sector de la moda, también se



EMBAJADA
DE ESPAÑA

OFICINA ECONÓMICA Y
COMERCIAL DE ESPAÑA
BOGOTÁ

puede tener éxito. Es importante recalcar que el producto debería ir dirigido a los estratos altos (4,5 y 6) ya que es difícil competir en precios con productos colombianos o de otros países como EEUU.

- Para una información más detallada, se recomienda consultar el Documento: Comercio y Distribución en Colombia, disponible en esta misma web.