

# BARÓMETRO DE RELACIONES ECONÓMICAS BILATERALES ESPAÑA – COLOMBIA 2023

**MAYO DE 2023**

# Resumen de conclusiones

## El Barómetro

Encuesta realizada entre marzo y mayo de 2023 por encargo de la Fundación Consejo España Colombia.

Objetivo: mejorar el conocimiento de las relaciones económicas entre ambos países, a través de las opiniones recogidas de empresas de ambos países que sostengan relaciones económicas con el otro, como empresas exportadoras, empresas importadoras, y empresas ubicadas en un país pero de capital proveniente del otro país.

Este barómetro se divide en dos partes:

- Empresas de origen español contestan a preguntas sobre Colombia
- Empresas de origen colombiano contestan a preguntas sobre España

Los resultados se presentan por separado para cada uno de los dos mercados.

## Conclusiones principales

En general, podemos destacar una alta positividad y optimismo en los encuestados, incluso teniendo en cuenta las situaciones de crisis recientes y actuales.

- Satisfacción y optimismo generalizados.
- Tanto España como Colombia son mercados valorados positivamente en casi todos sus factores.
- Las empresas tienen, en general, la intención de incrementar su actividad bilateral.
- Las preocupaciones más destacadas incluyen el tipo de cambio, la inflación, la competencia asiática. En Colombia se señala riesgo político; en España, altos costes.
- Las empresas de dichos países tienen en general una imagen positiva.
- Sería importante mejorar el conocimiento mutuo de ambos países, puesto que algunos aspectos negativos se atribuyen al desconocimiento.

# Encuesta sobre el mercado colombiano

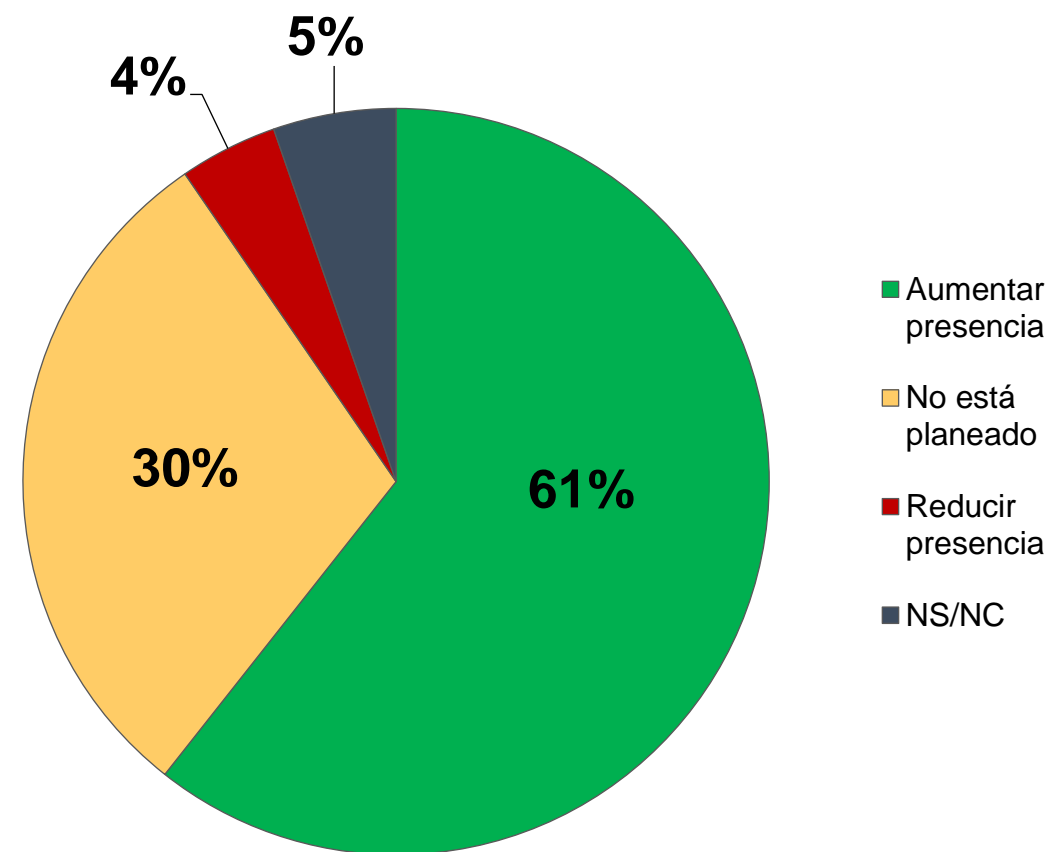
*Encuesta a empresas españolas con actividades en Colombia, ya como exportadoras, ya como empresas matrices de filiales instaladas en Colombia.*

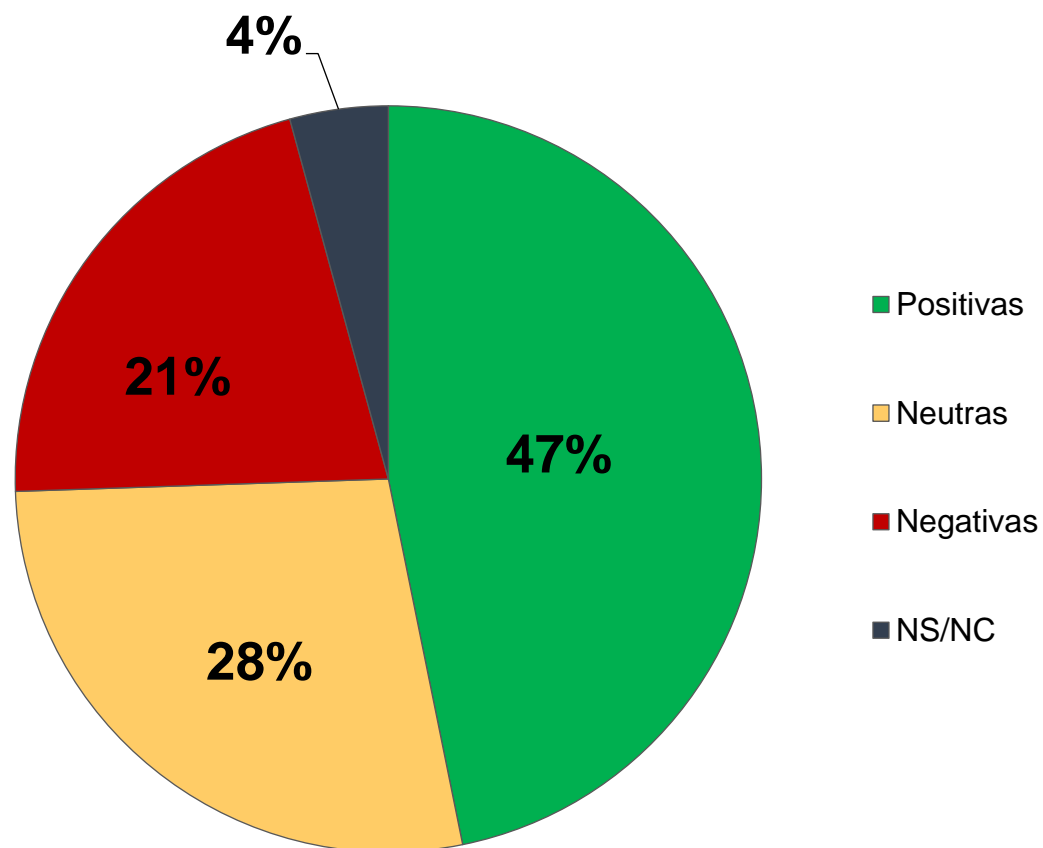
# Presencia en Colombia

*Preguntamos a las empresas españolas si planean incrementar, mantener o reducir su actividad en Colombia.*

Más del 60% de las empresas españolas con actividad exportadora o filial en Colombia que contestaron a la encuesta indicaron su plan de **incrementar actividad**. Solo el 4% plantea reducirla.

Para la mayoría de las empresas españolas que trabajan con Colombia, **es un mercado rentable y con perspectivas positivas**.





*Preguntamos a las empresas españolas su opinión sobre las perspectivas económicas de Colombia.*

Casi la mitad de las respuestas indican unas **perspectivas positivas** para la economía colombiana, mientras que el 21% indican temor a un empeoramiento de la economía del país.

La conclusión a extraer de este resultado puede ser **optimista**. Solo una minoría de las empresas espera una evolución negativa de Colombia, en un momento tan complejo para la economía global como los primeros meses de 2023.

# Problemas y amenazas



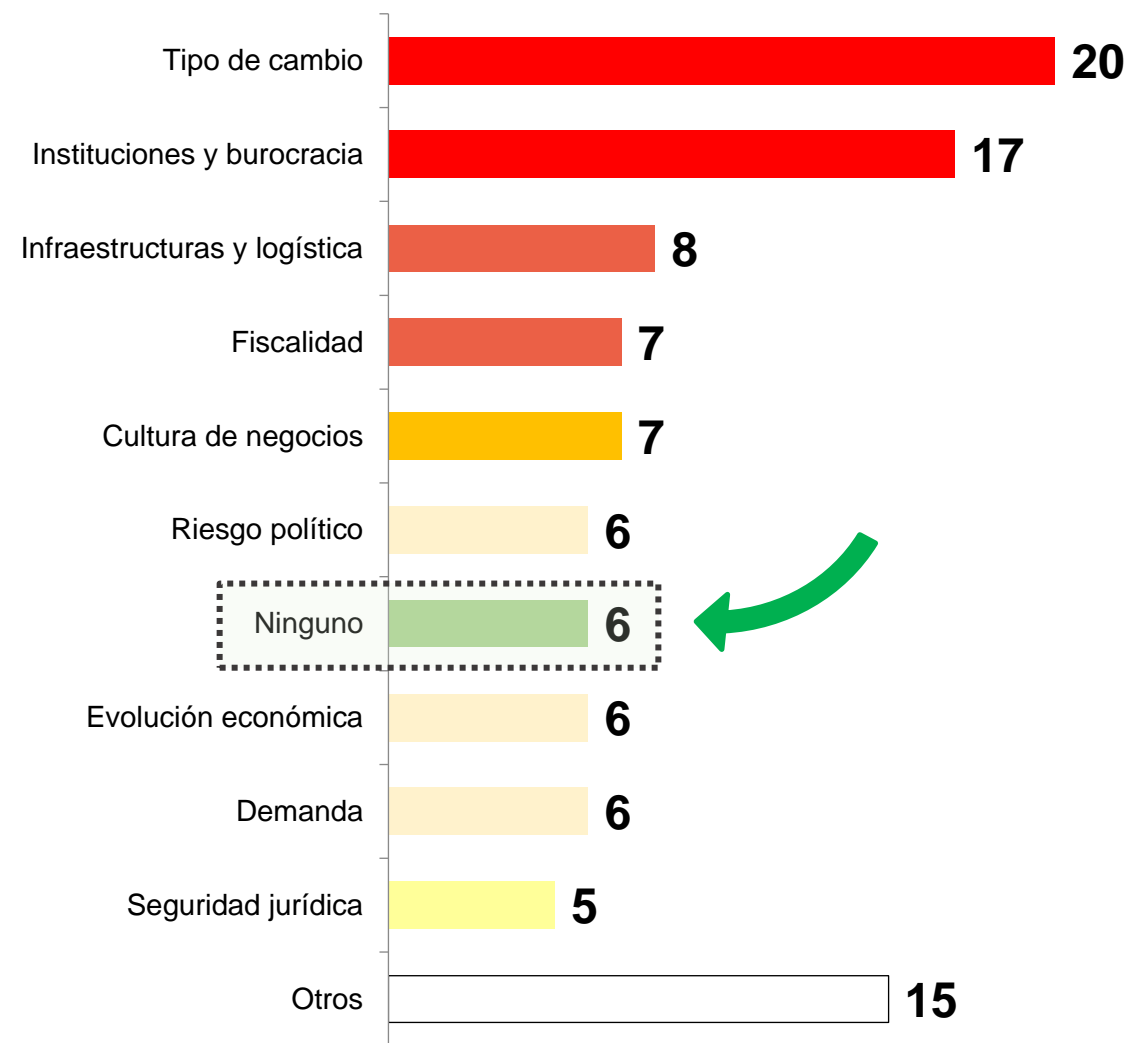
*Preguntamos a las empresas españolas qué problemas han sufrido durante su experiencia en Colombia.*

Dada la variedad de perfiles de empresas en la encuesta, es natural que los problemas que han sufrido sean diversos.

Destacan dos muy por encima de los demás: la volatilidad del tipo de cambio, y problemas con la burocracia y las instituciones colombianas.

Las carencias de la infraestructura, los impuestos, y las diferencias de cultura de negocios con España también son obstáculos relevantes.

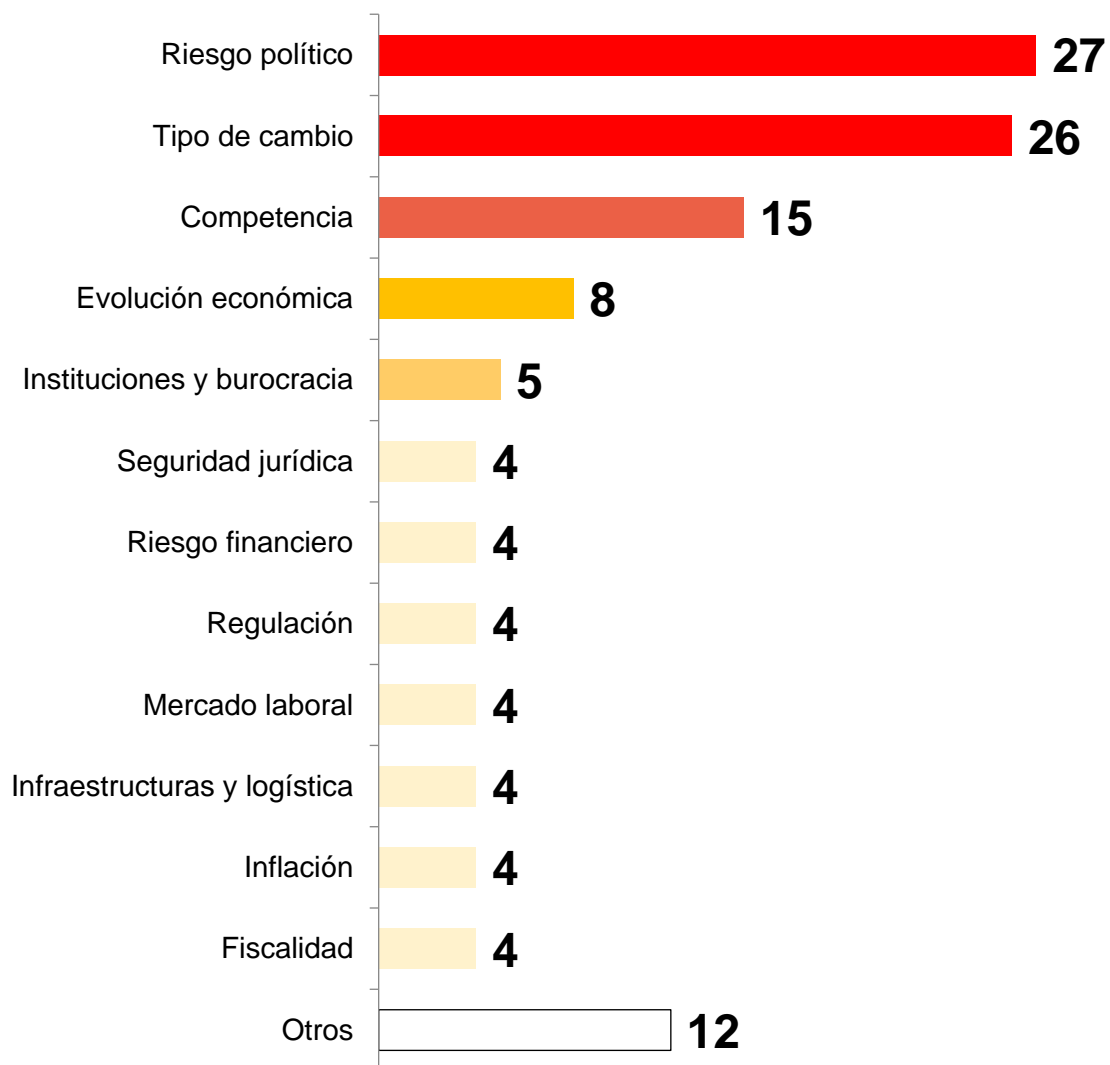
Pero destaca que 6 encuestados han declarado no haber tenido ningún problema de importancia al trabajar con Colombia.



*Preguntamos a las empresas españolas qué problemas han sufrido durante su experiencia en Colombia.*

Entrando en detalles, algunos encuestados señalan aspectos concretos de especial interés:

- Dificultad de acceso de empresas españolas a licitaciones públicas en Colombia.
- Diferencia en precios entre el producto local y el producto importado, consecuencia tanto de los precios originales como de la evolución del cambio peso-euro/dólar, que penaliza las importaciones.
- Con respecto a la cultura de negocios, la duración de la toma de decisiones en Colombia y el peso de las relaciones personales.
- Con respecto a las infraestructuras, sobre todo las carencias en el transporte terrestre que encarecen el movimiento desde los puertos. También, problemas en los propios puertos.
- Exceso de trámites y burocracia en muchas interacciones con la administración, por ejemplo, en aduanas.



*Preguntamos a las empresas españolas qué amenazas potenciales las preocupan más con respecto a su futura actividad en Colombia.*

Destacan dos preocupaciones mencionadas con mucha mayor frecuencia: el riesgo político y la evolución del tipo de cambio.

El peligro de los competidores y el riesgo de una evolución económica negativa también son amenazas mencionadas con cierta frecuencia.

Se observan respuestas variadas y dispersas, en función de las características peculiares de cada nicho de actividad.

*Preguntamos a las empresas españolas qué amenazas potenciales las preocupan más con respecto a su futura actividad en Colombia.*

Entrando en detalles, algunos encuestados señalan aspectos concretos de especial interés:

- Es destacable que siga la preocupación por el tipo de cambio. Aunque el peso lleve diez años de caídas respecto al euro, la preocupación por que caiga todavía más es casi la más importante de las empresas.
- Con respecto al riesgo político, los encuestados se preocupan muestran, más que nada, incertidumbre respecto al sentido de las potenciales reformas y medidas regulatorias del actual Gobierno.
- La competencia que más preocupa es la de las empresas chinas y asiáticas. El hecho de que Colombia sea un mercado atractivo con buenas perspectivas es un factor que podría hacer aumentar la competencia.
- Algunas amenazas son de carácter global, como el aumento de la inflación en todo el mundo, o la preocupación por posibles políticas proteccionistas como las que se están dando en otros países.

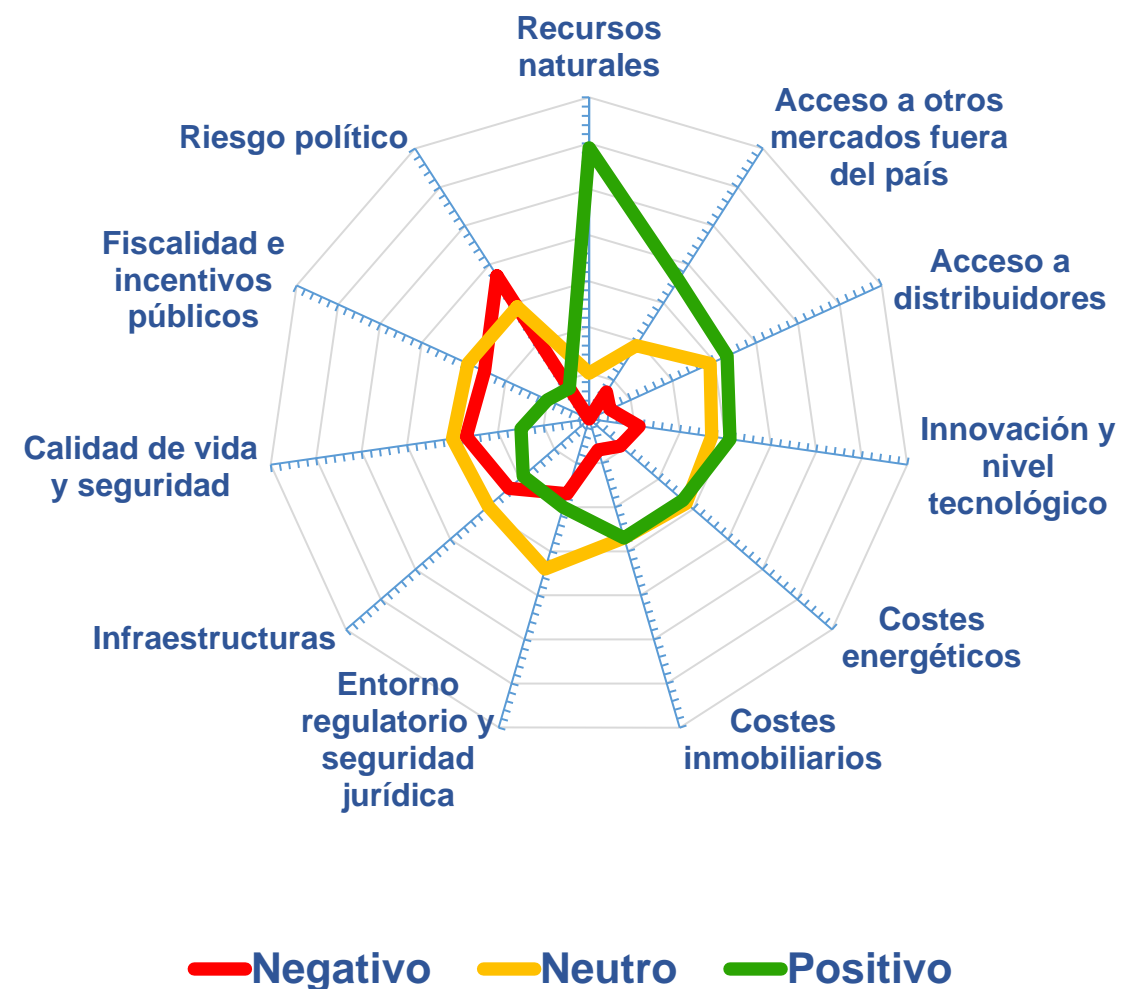
# Factores de atracción

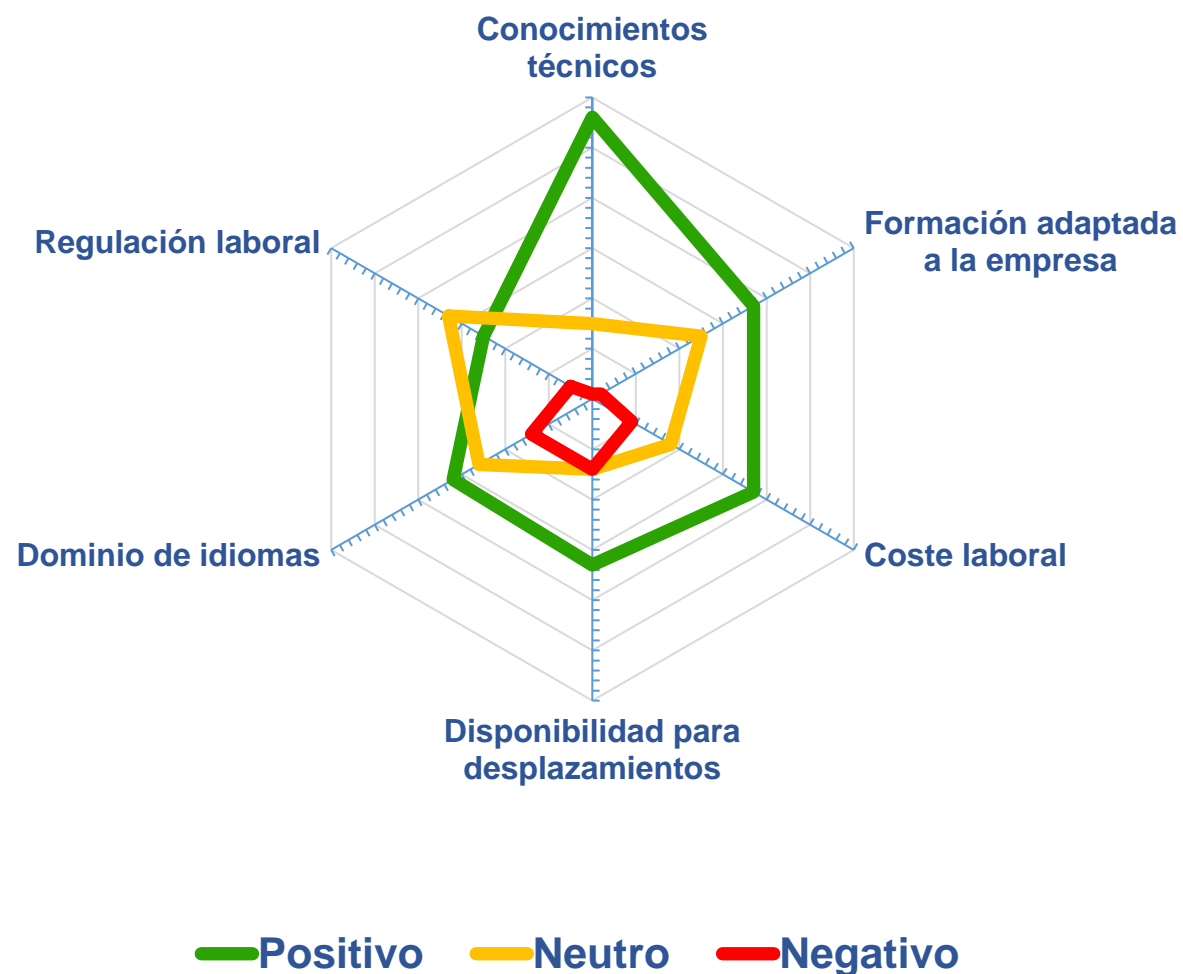
*Pedimos a las empresas españolas que valorasen diferentes factores de la economía de Colombia.*

Los **aspectos más fuertes** son variados: riqueza de recursos naturales, costes limitados, acceso al mercado latinoamericano, tan importante para las empresas españolas. Destaca la buena valoración del nivel tecnológico en la economía colombiana.

Los **más problemáticos** incluyen el riesgo político, la fiscalidad, la calidad de vida, seguridad física y el estado de las infraestructuras.

En cualquier caso, hay un ligero predominio de las valoraciones positivas.





*Pedimos a las empresas españolas que valorasen diferentes factores del mercado laboral de Colombia.*

Hay un **fuerte predominio de las valoraciones positivas**. Solo unas pocas empresas destacaron factores negativos.

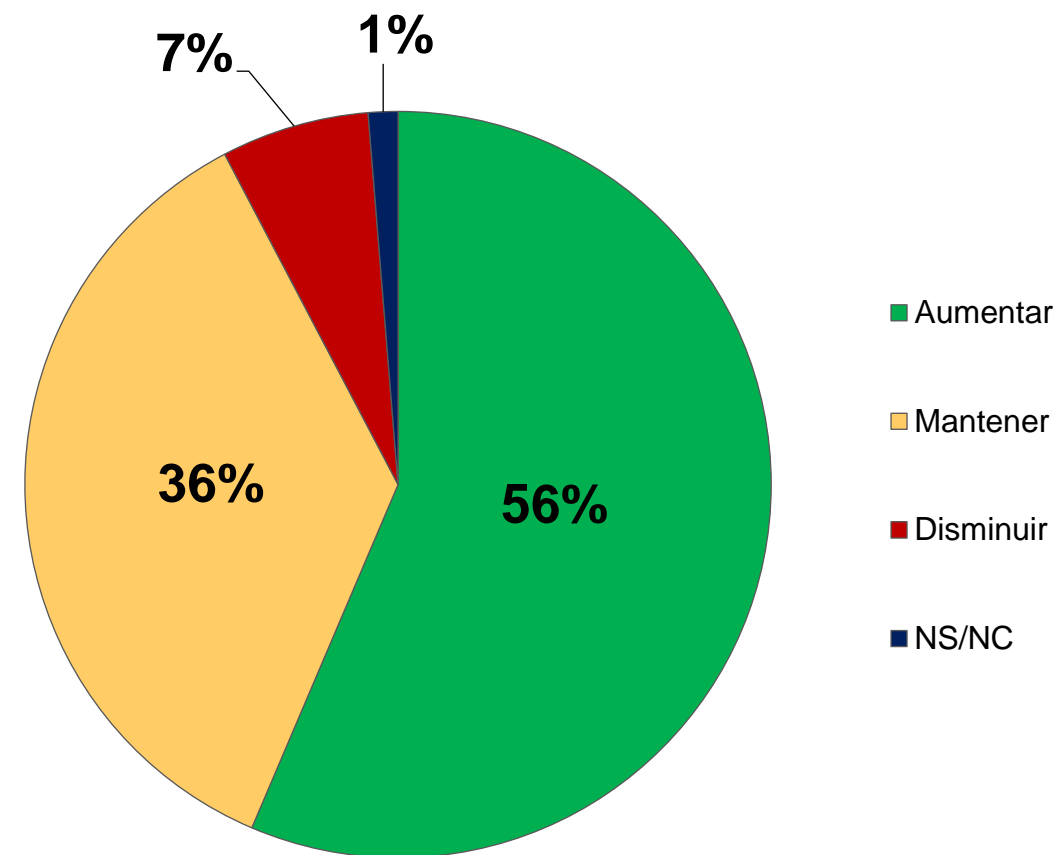
Hay que destacar que el aspecto que más valoran las empresas son los conocimientos técnicos de los trabajadores colombianos. Otros **factores positivos** son la formación, el coste laboral, la disponibilidad para desplazamiento y los idiomas.

El factor **menos destacado** es la regulación laboral.

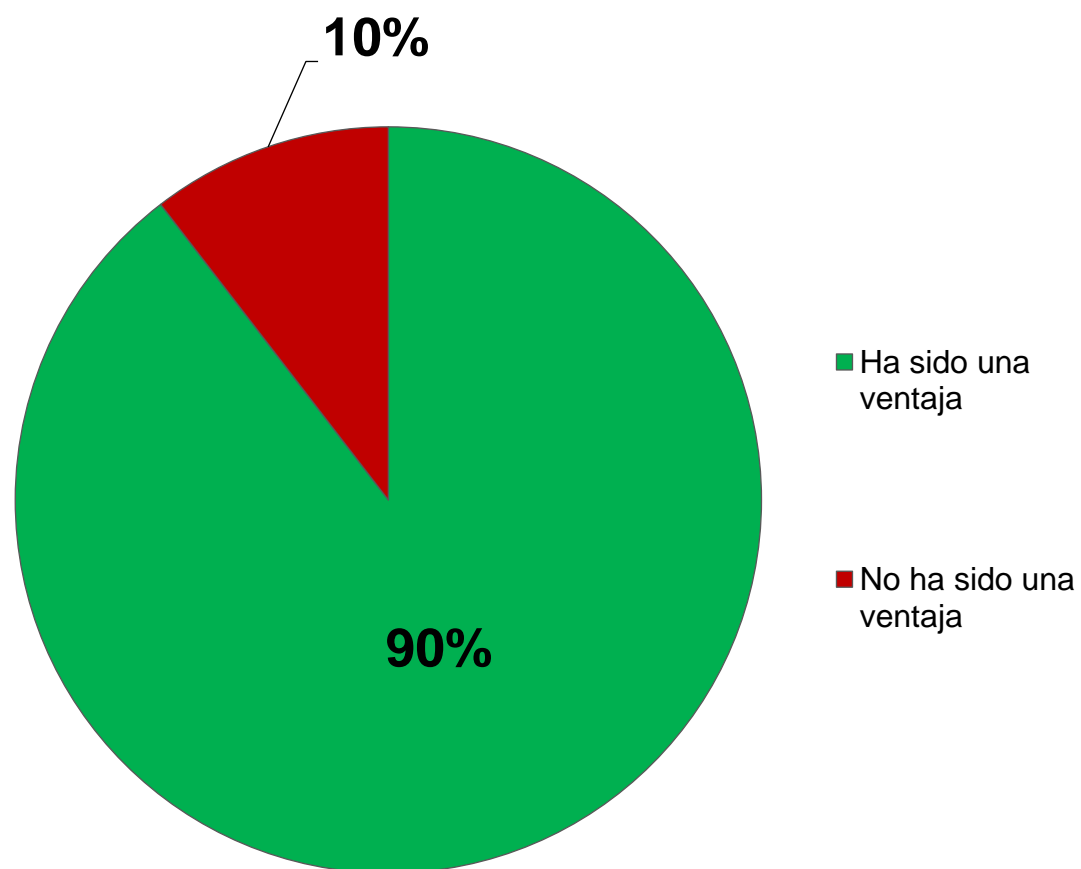
*Preguntamos a las empresas españolas si, ante las crisis inesperadas de los últimos años, ven Colombia como una forma de reducir riesgos mediante la diversificación, o como una dificultad añadida. Mencionamos el Brexit, el covid y la invasión de Ucrania.*

El 56% de las empresas indicaron que su presencia en Colombia era una forma de diversificación frente a los riesgos inesperados que han tenido lugar recientemente, y que por eso les interesaría **aumentar su presencia**.

Un tercio mantendrán su presencia, y solo un 7% plantean reducirla.





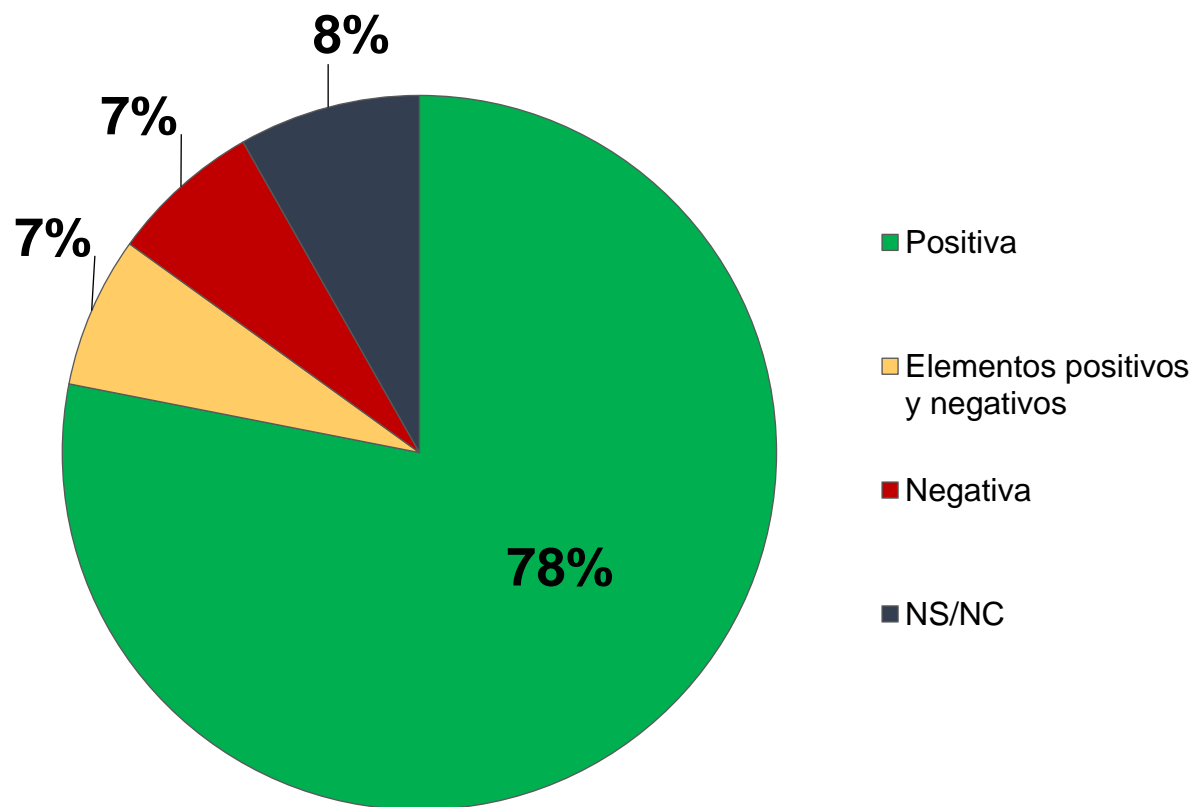


*Preguntamos a las empresas españolas si la histórica conexión cultural entre España y Latinoamérica había sido una ventaja en sus relaciones con Colombia.*

El 90% de los encuestados es positivo con respecto a esa **ventaja**. Las respuestas destacan, sobre todo, el idioma común y la buena imagen de España. Alguno indica que Colombia es uno de los países latinoamericanos que mejor acoge a las empresas españolas. También señalan que las empresas no deben confiarse; no es un factor de la máxima importancia para todas.

Algún encuestado destaca que, si bien esa relación era una ventaja hace años, ya no lo es, ante la entrada de nuevos competidores.

# Percepción



*Preguntamos sobre la imagen de las empresas españolas en Colombia.*

La inmensa mayoría de los encuestados piensa que **las empresas españolas tienen buena imagen en Colombia**. Sólo un 7% piensa que no la tienen, y un 7% destacan que hay elementos tanto positivos como negativos en la percepción.

Entre los **aspectos positivos**, los encuestados destacan: seriedad, confianza, calidad (a precios justos).

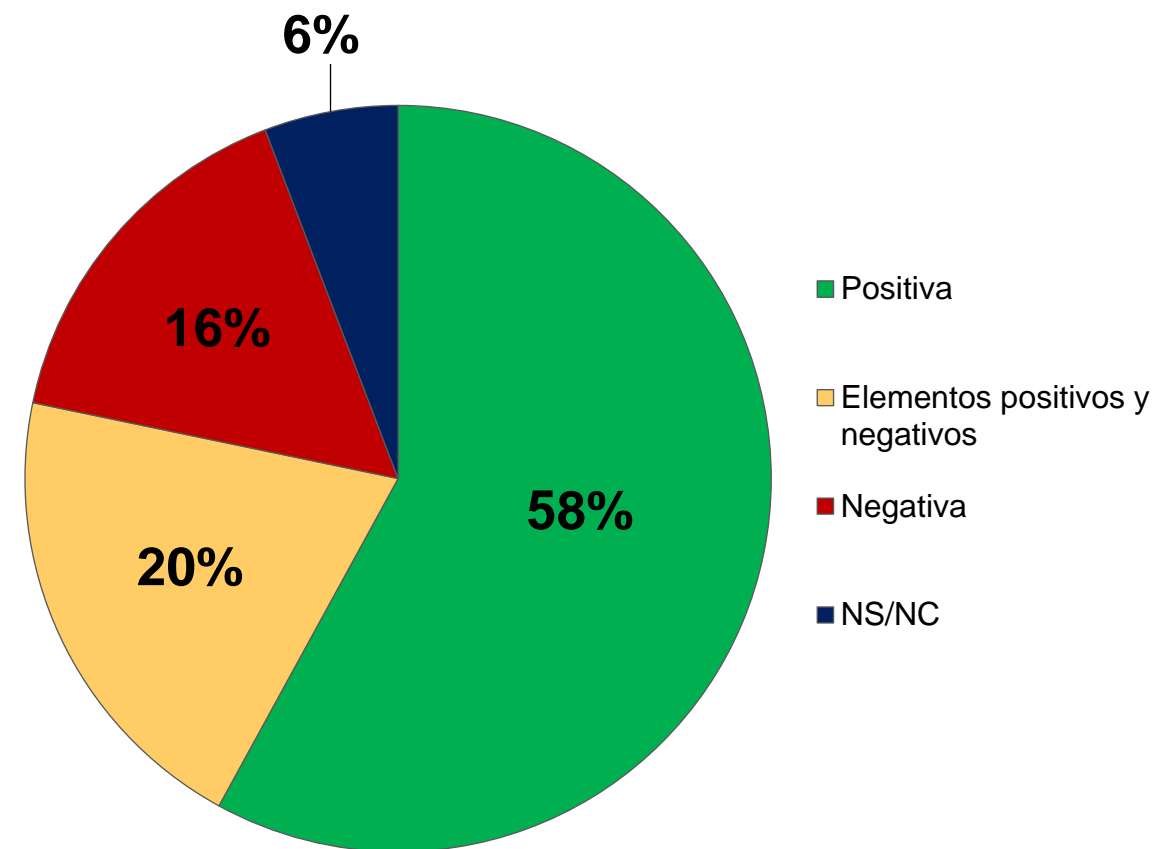
Entre los **aspectos negativos** citan: trato mejorable a trabajadores y proveedores locales, oportunismo.

*Preguntamos por la percepción que las empresas españolas, en general, tienen sobre el mercado colombiano.*

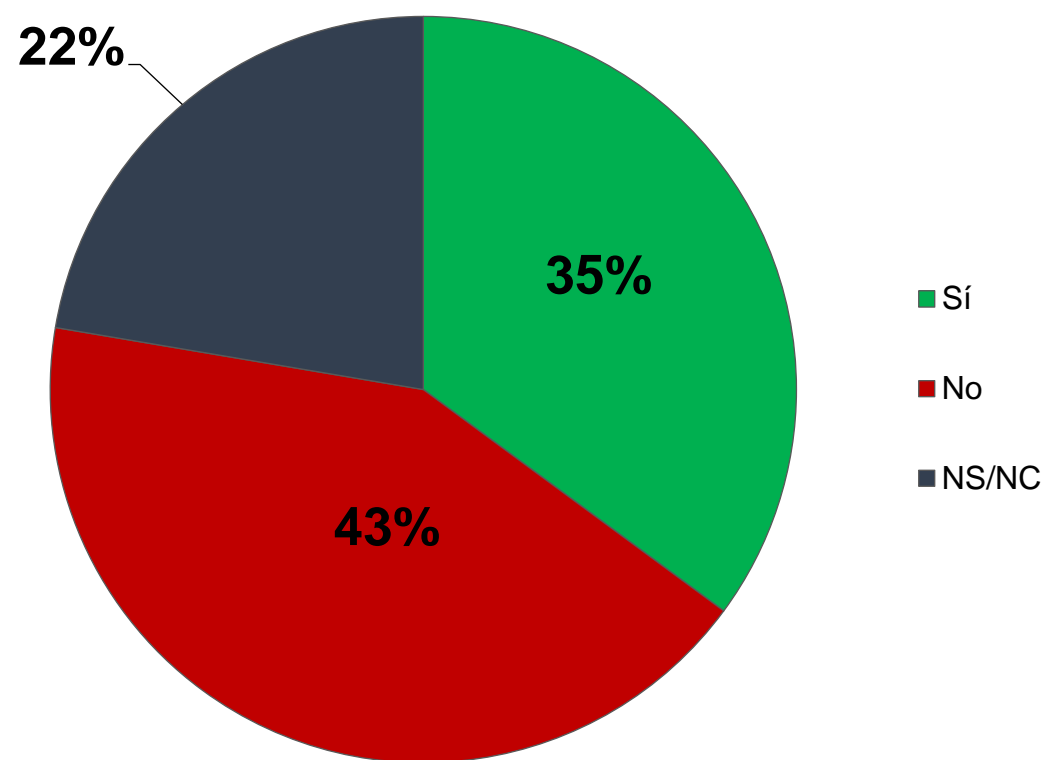
Más de la mitad de las empresas contestaron que en España se tiene una **visión positiva del mercado colombiano**. 16% opinaron que la percepción es negativa, y el 20% habló de aspectos positivos y negativos.

Entre los **aspectos positivos**, los encuestados destacan: crecimiento, seguridad jurídica, evolución reciente positiva.

Entre los **aspectos negativos** citan: inseguridad, incertidumbre política, imagen de atraso. Algunos encuestados piensan que la percepción negativa es merecida, pero la mayoría afirman que no.



# Sostenibilidad



*Preguntamos a las empresas españolas si tienen una estrategia de sostenibilidad en el mercado colombiano.*

Un tercio de las empresas encuestadas (empresas con filiales en Colombia y empresas exportadoras a Colombia) declararon tener una estrategia de sostenibilidad que afecta a sus actividades en Colombia.

Un número un poco mayor (8% de diferencia) declararon no tenerla.

Esto indica que la sostenibilidad no es vista por las empresas como un componente de su competitividad en Colombia.

*Las empresas pudieron dejar comentarios sobre su estrategia de sostenibilidad en Colombia.*

Estos son algunos de los aspectos destacados:

- Los **objetivos** más mencionados son los relacionados con el ahorro energético y reducción de huella de carbono, con la economía circular, y objetivos de inclusión laboral de diferentes colectivos, entre otros.
- Algunas empresas mencionan su adhesión a **estándares internacionales** como los Objetivos de Desarrollo Sostenible o el Pacto Global de las Naciones Unidas.
- También alguna respuesta menciona la colaboración con AECID para implementar acciones de sostenibilidad en Colombia.

*Preguntamos a las empresas cómo compararían las estrategias de sostenibilidad en Colombia con las de España.*

La mayoría respondieron que, en cuanto a las estrategias de sostenibilidad, España está algo más avanzada que Colombia.

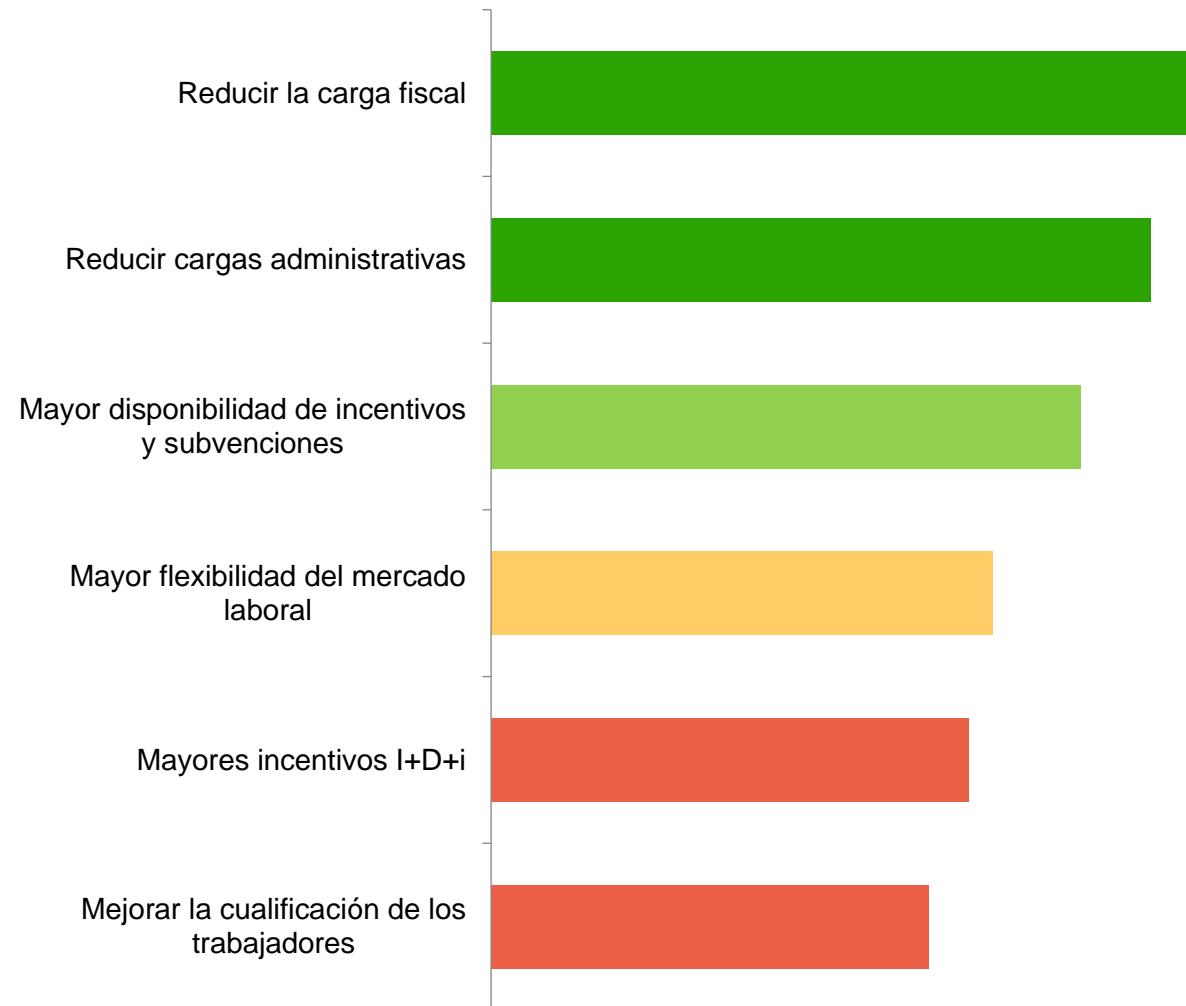
# Valoración de reformas



*Preguntamos a las empresas españolas qué reformas verían más atractivas para incrementar su presencia en el mercado colombiano. Esta pregunta estaba orientada, fundamentalmente, a las empresas españolas con filial en Colombia.*

Reducir las cargas fiscales y administrativas, así como mayor disponibilidad de incentivos a las empresas, son las posibles reformas mejor valoradas.

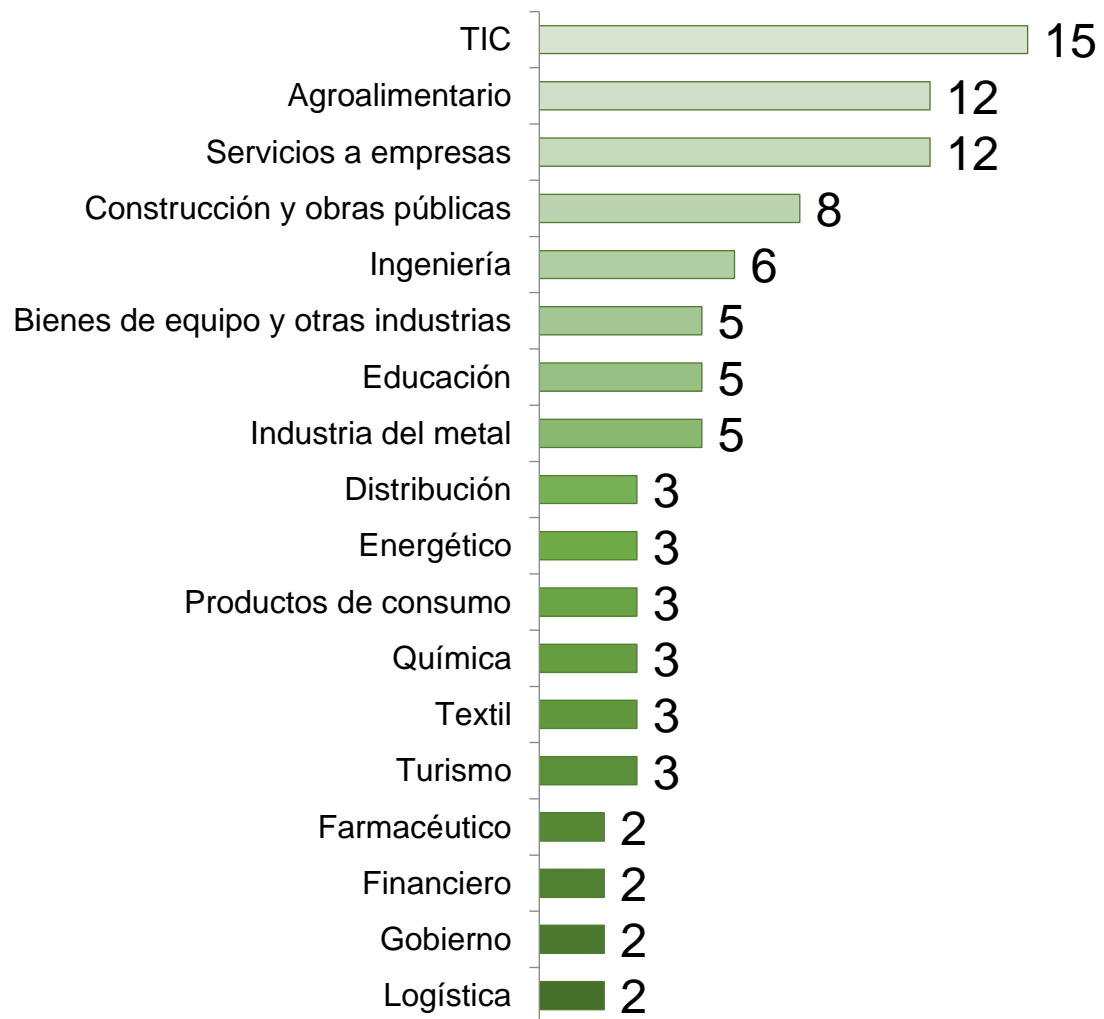
En cambio, mejorar la cualificación de los trabajadores es una idea menos valorada, en consonancia con la buena valoración que las empresas españolas hacían de la formación de los trabajadores en Colombia.



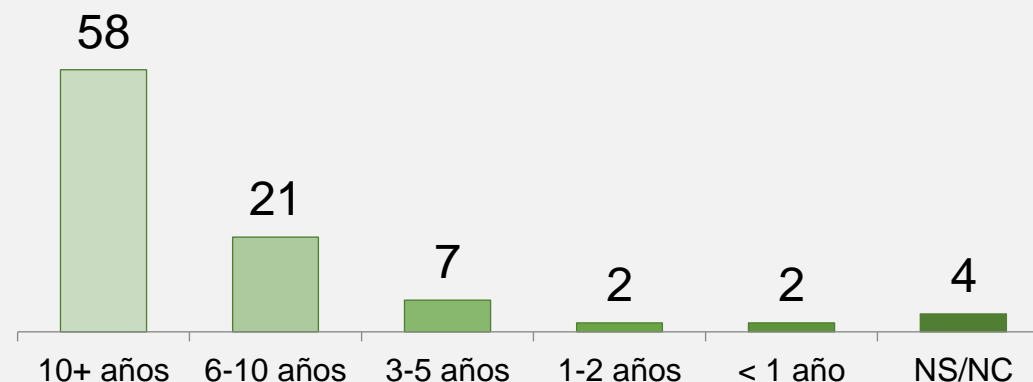
*Las reformas están ordenadas por preferencia, ponderando por el orden que ha dado cada encuestado.*

# Muestra

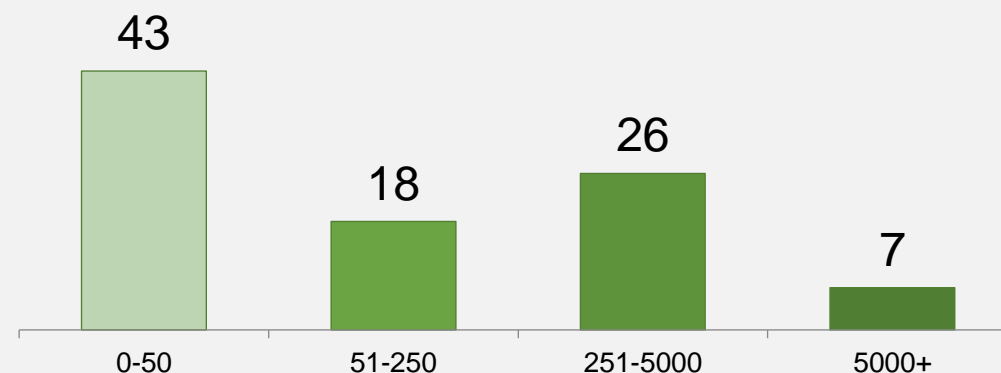
## Sectores de empresas encuestadas



## Años de presencia en Colombia



## Tamaño a nivel global (trabajadores)



# Encuesta sobre el mercado español

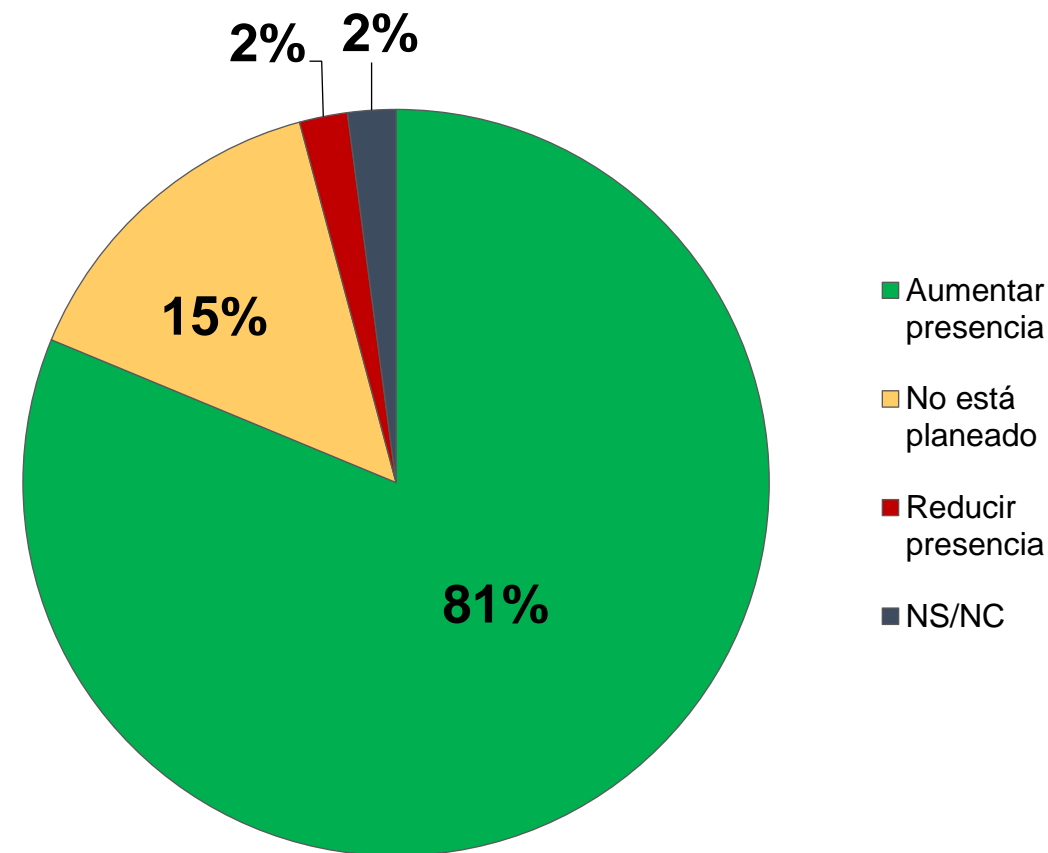
*Encuesta a empresas colombianas con actividades en España, ya como exportadoras, ya como empresas matrices de filiales instaladas en España.*

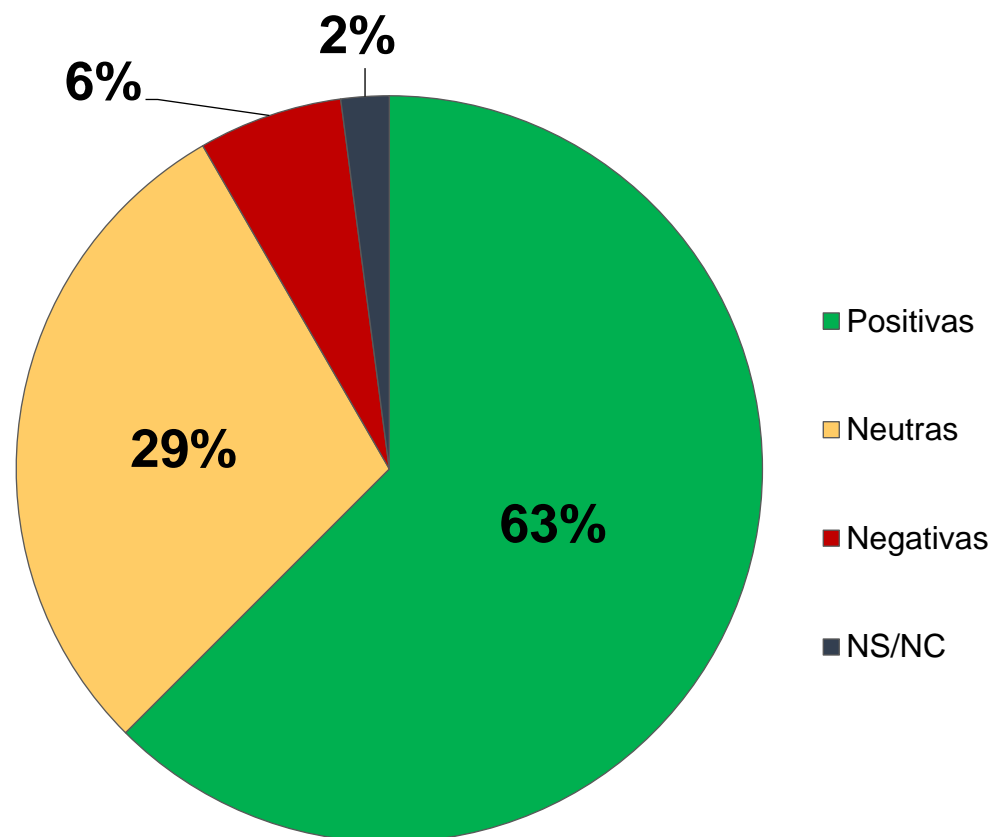
# Presencia en España

*Preguntamos a las empresas si planean incrementar, mantener o reducir su actividad en España.*

Más del 80% de las empresas colombianas con relaciones económicas con España que contestaron a la encuesta indicaron su plan de incrementar actividad.

Para la mayoría de las empresas colombianas que trabajan con España, **es un mercado rentable y con perspectivas positivas.**





*Preguntamos a las empresas colombianas su opinión sobre las perspectivas económicas de España.*

El 63% de las respuestas indican unas perspectivas positivas para la economía española.

Apenas un 6% de las respuestas indican temor a un empeoramiento de la economía del país.

Las respuestas son muy claras: **España es una economía atractiva incluso en un contexto complejo.** Recordemos que la encuesta ha tenido lugar en el primer trimestre de 2023, tras una sucesión de eventos negativos (covid, invasión de Ucrania, costes energéticos, inflación generalizada).

# Problemas y amenazas

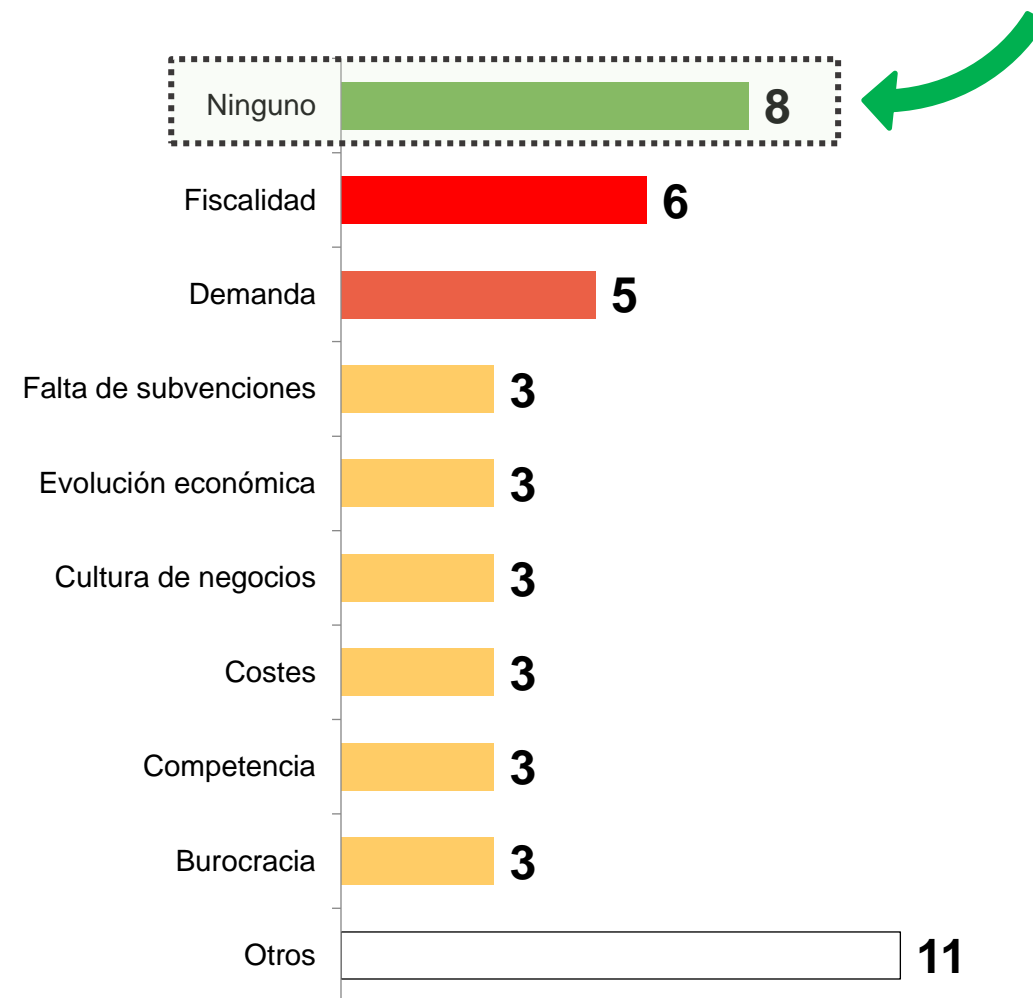


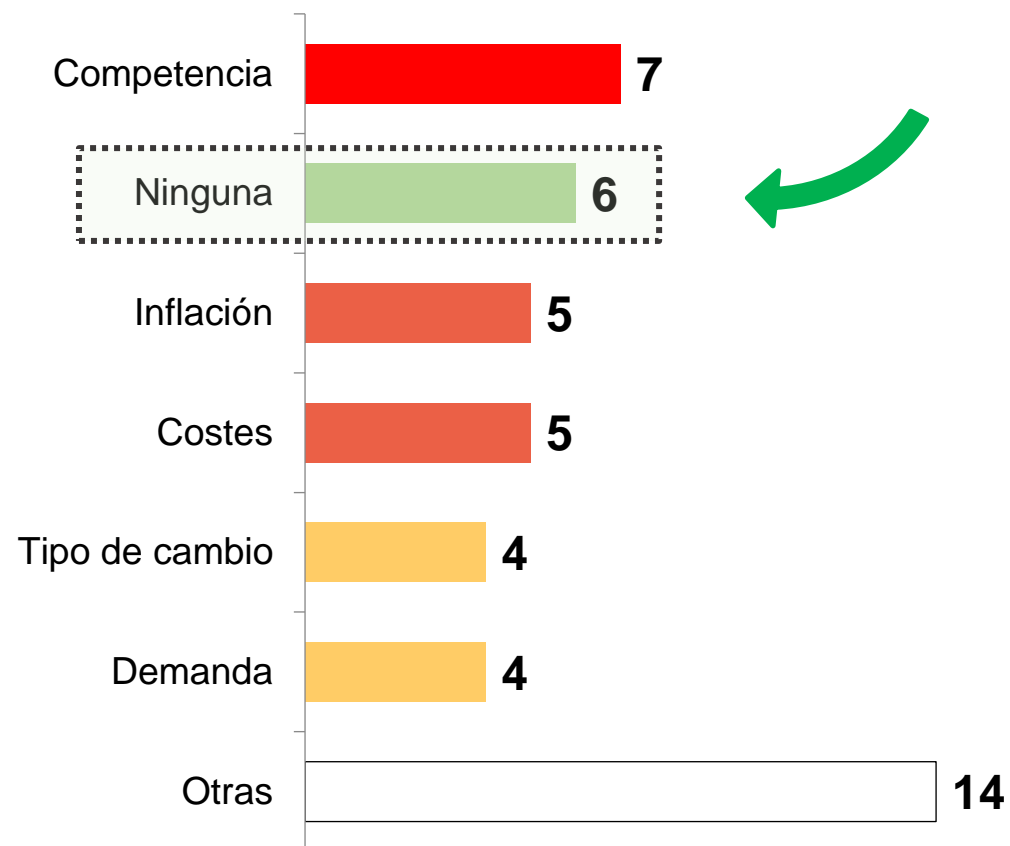
*Preguntamos a las empresas colombianas qué problemas han sufrido durante su experiencia en España.*

El resultado más destacado es que la opción más mencionada es que no destaquen **ningún problema importante**.

Los problemas más mencionados son los derivados de los **mayores costes en España** en comparación con Colombia: fiscalidad, costes laborales, costes de otros tipos.

También destacan la demanda limitada en España, tanto por desconocimiento de los productos colombianos, como por el poder adquisitivo bajo de los inmigrantes.





*Preguntamos a las empresas colombianas qué amenazas potenciales las preocupan más con respecto a su futura actividad en España.*

Nuevamente, destacan las respuestas que no esperan ninguna amenaza grave en el corto plazo. Las amenazas más mencionadas son:

- La competencia, tanto legítima (destacando a empresas europeas, asiáticas y africanas) como competidores desleales desde la propia Colombia.
- Que prosiga la situación de inflación que está causando graves problemas en la economía global. También, los costes en España, y el tipo de cambio.

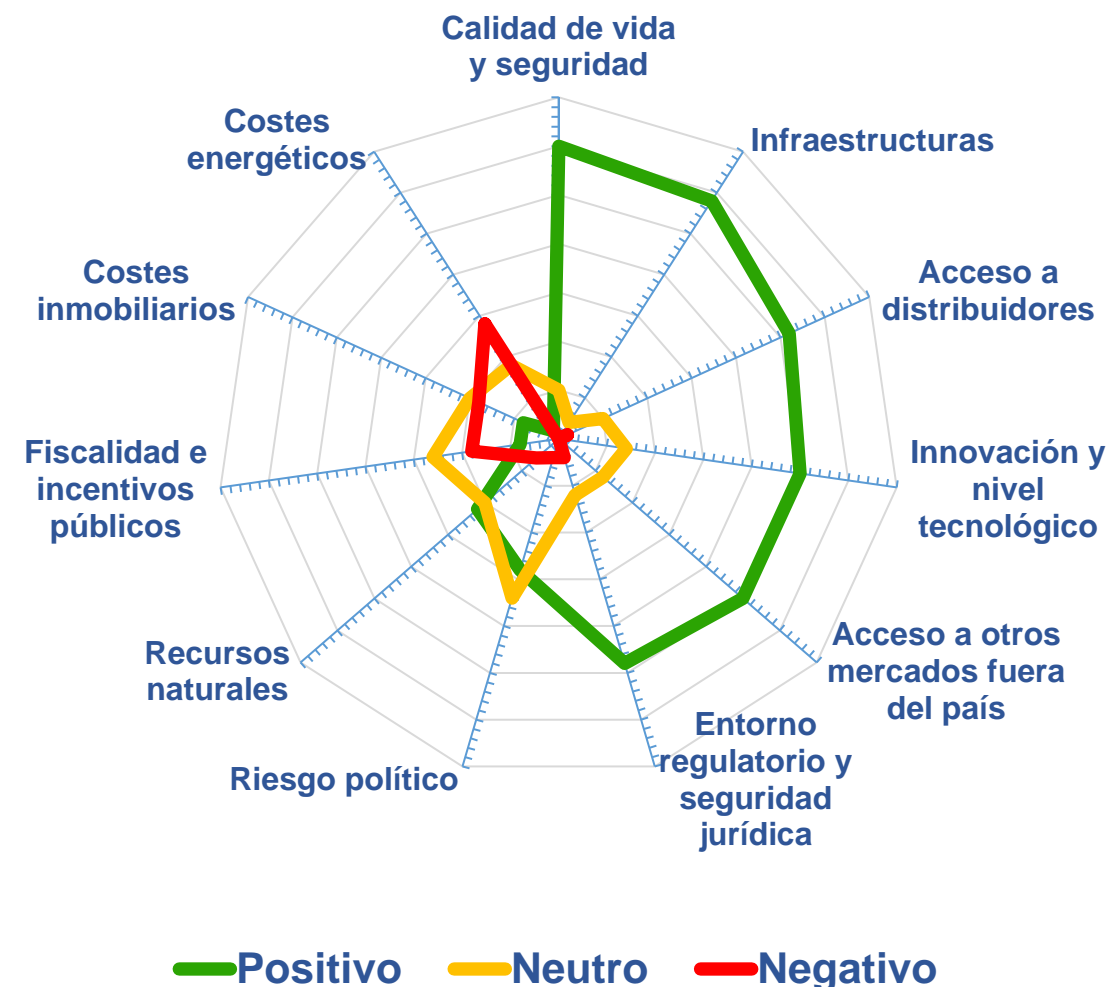
# Factores de atracción

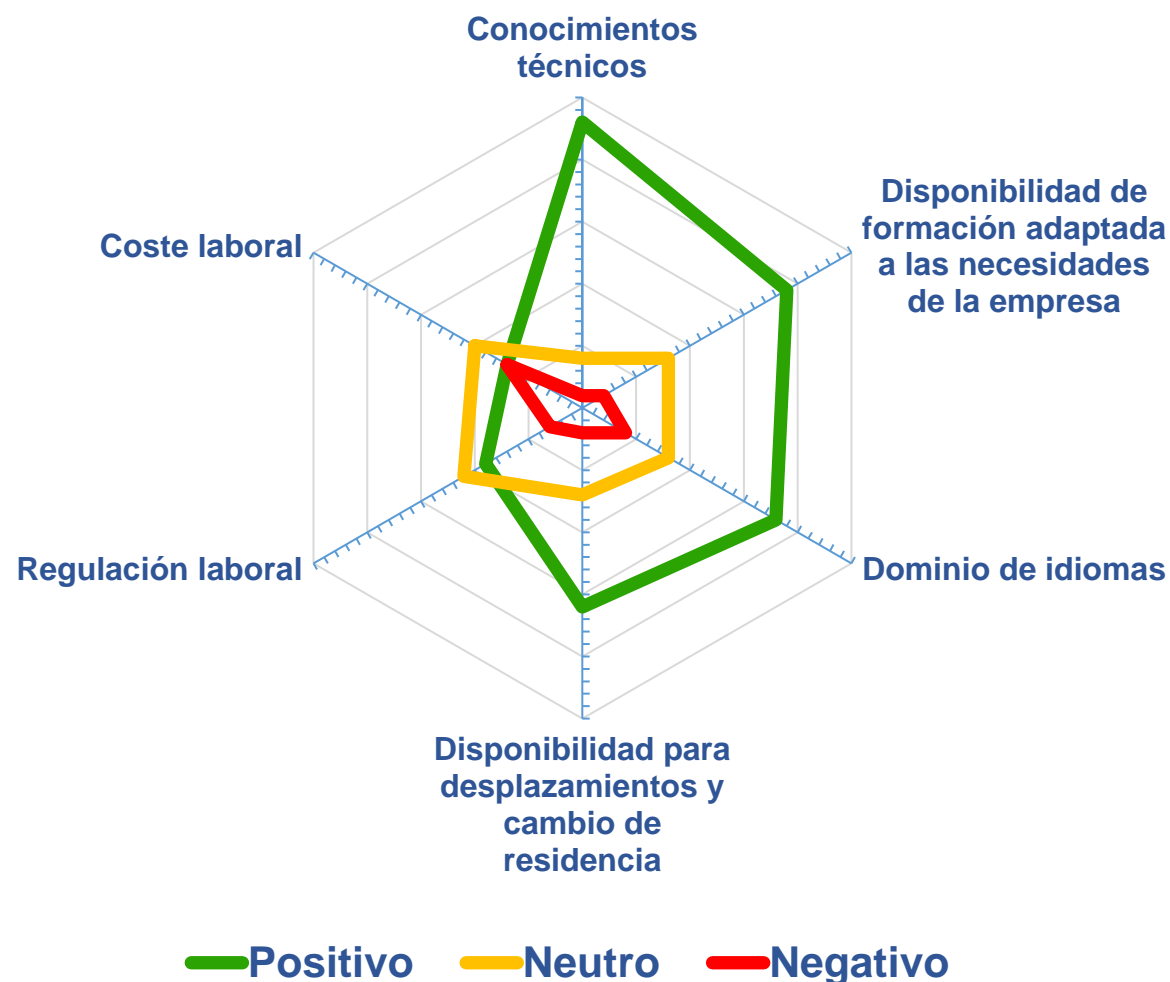
*Pedimos a las empresas colombianas que valorasen diferentes factores de la economía de España.*

Los **aspectos más fuertes** son típicos de las economías más desarrolladas: calidad de vida, seguridad física, acceso a terceros mercados y distribuidores, infraestructuras, tecnología y seguridad jurídica.

Los **aspectos peor destacados** son los costes energéticos, inmobiliarios y fiscales.

El predominio de las valoraciones positivas es casi total. La mayoría de los factores son atractivos para las empresas colombianas.





*Pedimos a las empresas colombianas que valorasen diferentes factores del mercado laboral de España.*

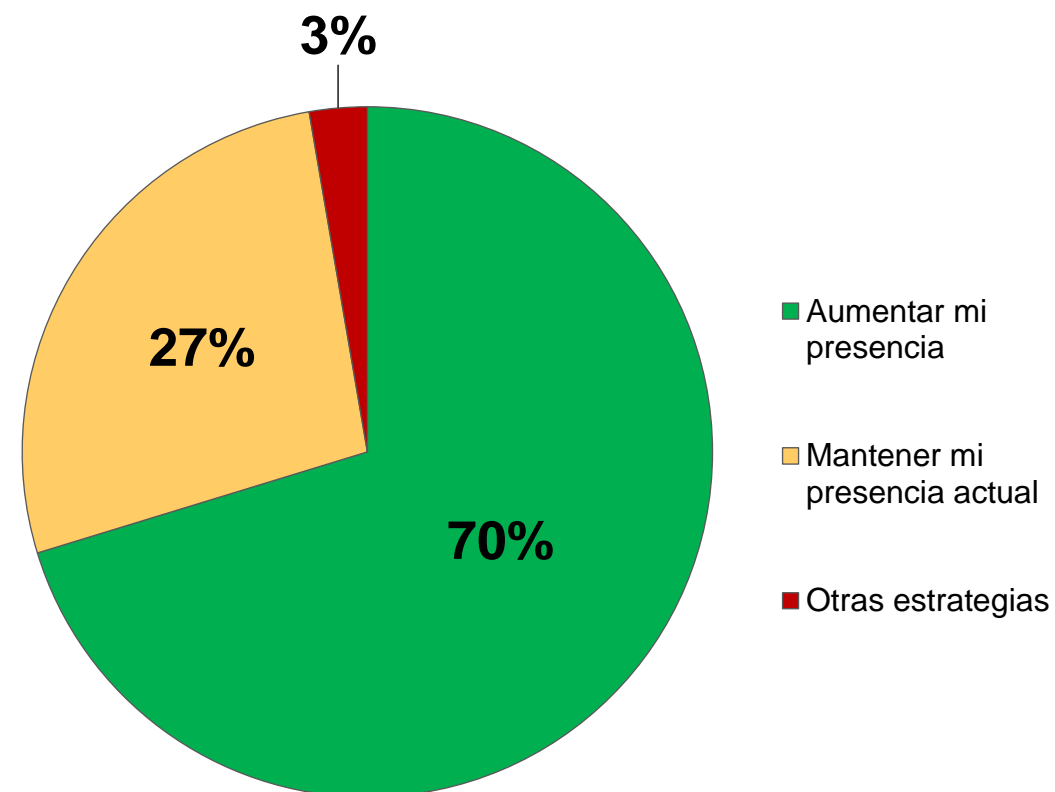
Los **aspectos más fuertes** son los relacionados con la formación: conocimiento técnico, formación especializada e idiomas.

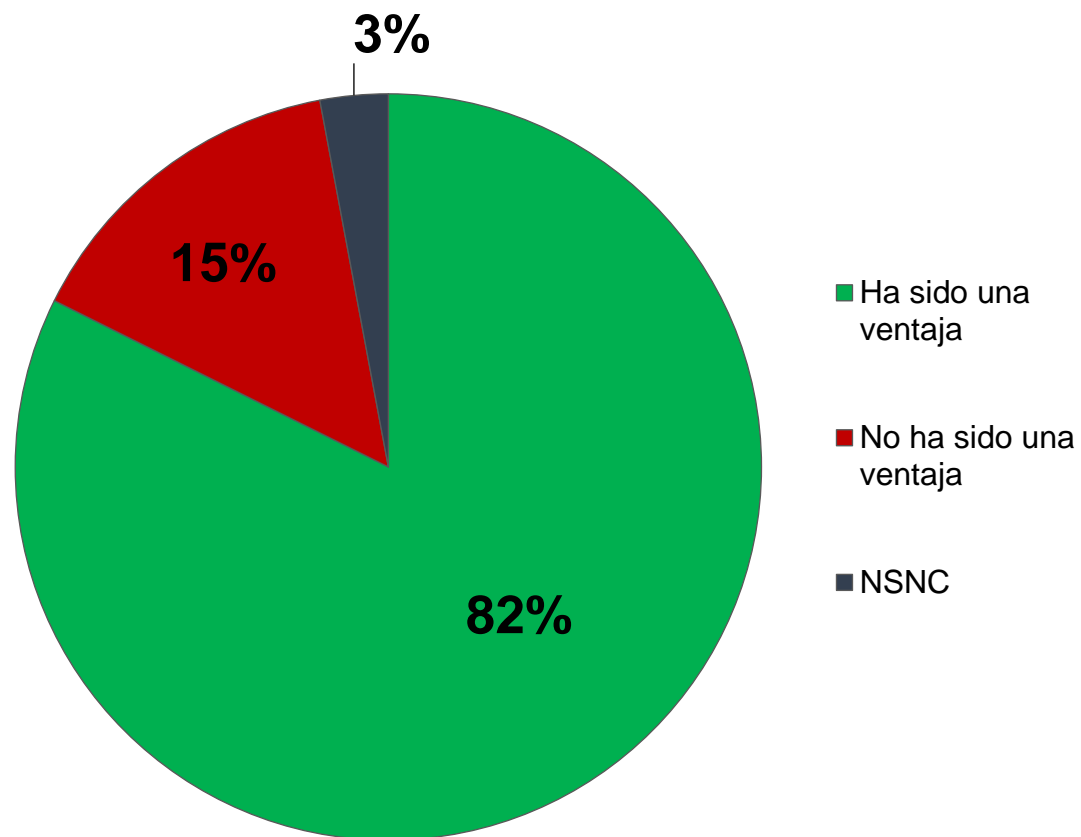
Los **factores menos atractivos** para las empresas colombianas se observan en la regulación laboral y, sobre todo, en los costes laborales.

*Preguntamos a las empresas colombianas si, ante las crisis inesperadas de los últimos años, ven España como una forma de reducir riesgos mediante la diversificación, o como una dificultad añadida. Mencionamos el Brexit, el covid y la invasión de Ucrania.*

El **70% de las empresas** indicaron que su presencia en España les permite diversificarse frente a los riesgos que han tenido lugar recientemente, y que por eso les interesaría aumentar su presencia o mantener la que actualmente tienen.

Junto con las que pretenden mantener la presencia actual, suman el 97% de las empresas encuestadas.





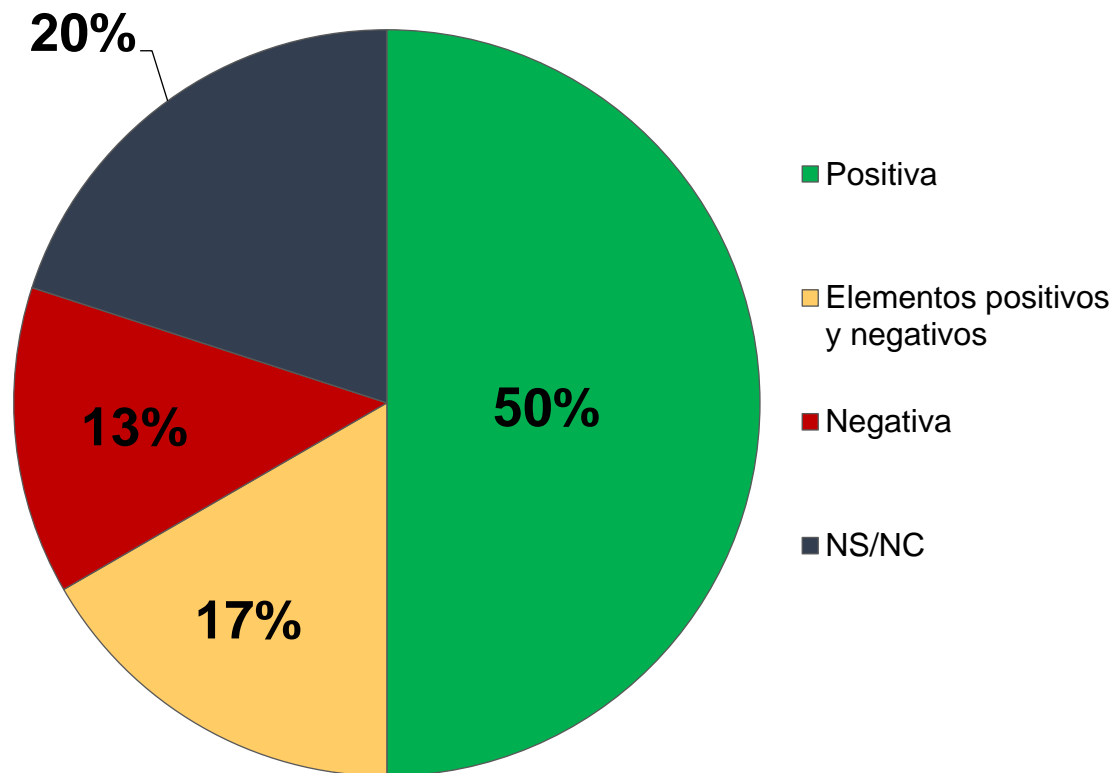
*Preguntamos a las empresas colombianas si la histórica conexión cultural entre España y Latinoamérica había sido una ventaja en sus relaciones con España.*

El 82% de los encuestados es positivo con respecto a esa **ventaja**. Las respuestas destacan, sobre todo, el idioma común. También hay menciones a la buena imagen de los profesionales colombianos y la presencia de la inmigración colombiana en España.

Solo un 15% de las respuestas indican no haber percibido que la cercanía cultural de España y Colombia les haya supuesto una ventaja relevante.

# Percepción





*Preguntamos sobre la imagen de las empresas colombianas en España.*

La percepción más frecuente (50% de los encuestados) que tienen las empresas colombianas es que su **imagen en España es positiva**. Se destaca la percepción de calidad del producto colombiano, el alcance regional de sus empresas y buena imagen de sus trabajadores.

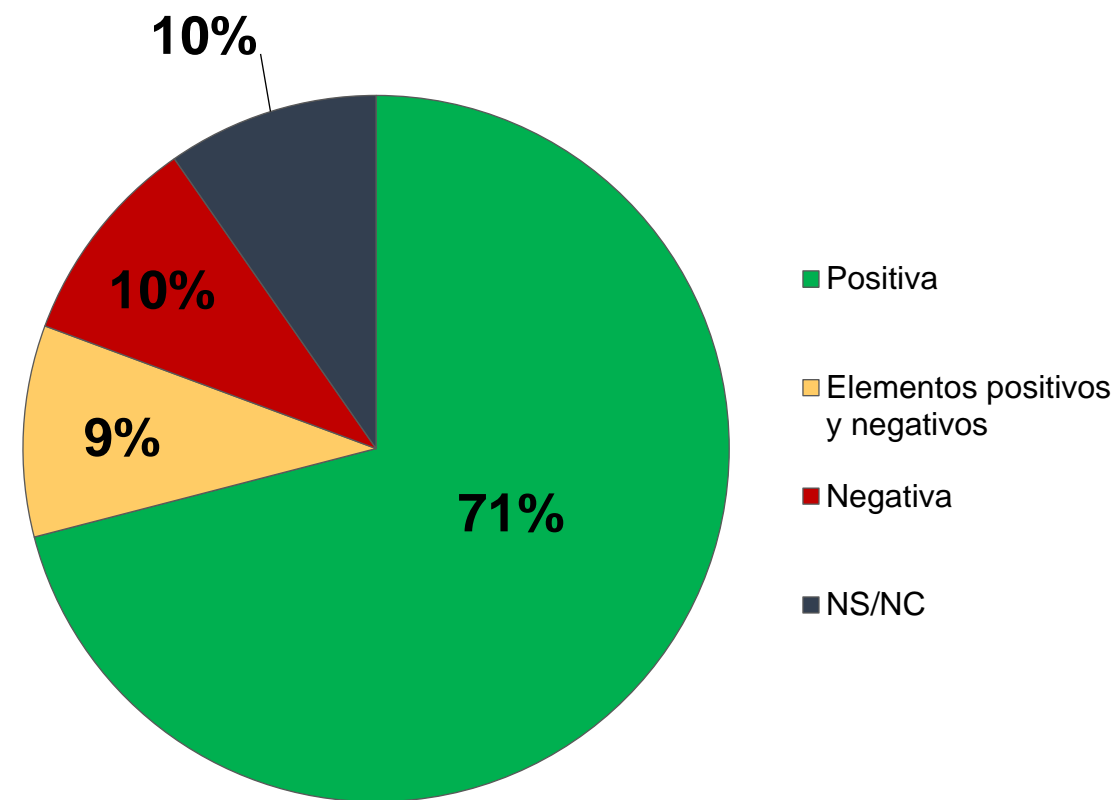
Son minoría los encuestados que destacan algún aspecto negativo. Destaca el lastre histórico del narcotráfico.

*Preguntamos por la percepción que las empresas colombianas tienen, en general, sobre el mercado español.*

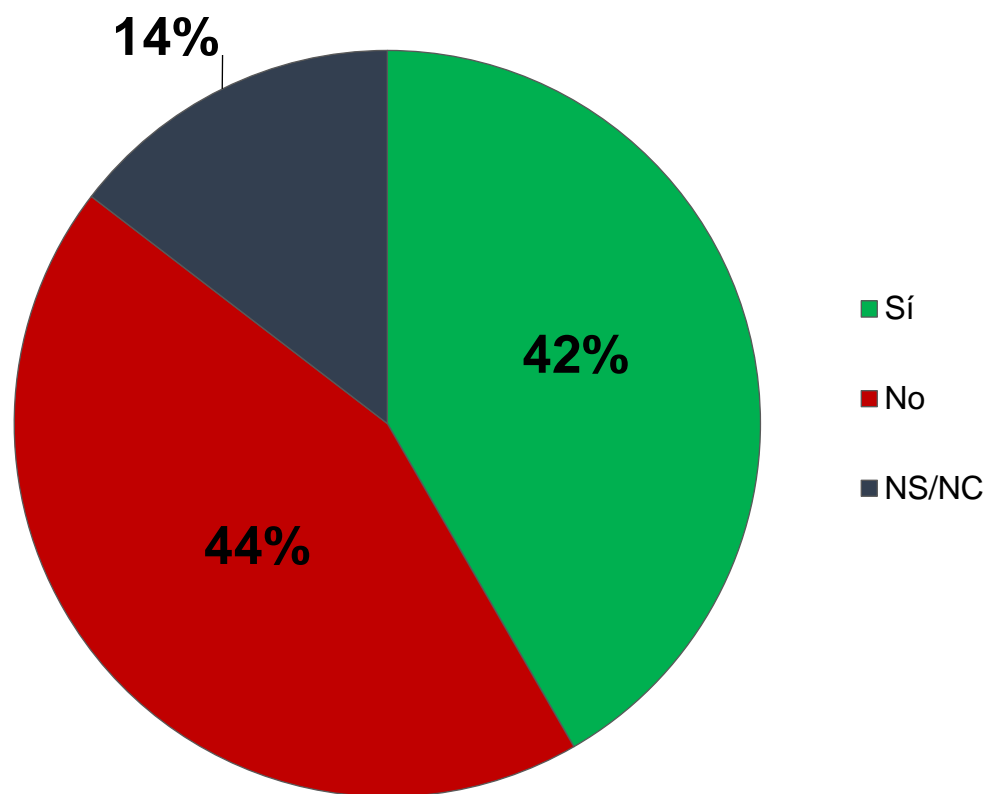
La **percepción positiva del mercado español** es tremendamente mayoritaria, un 71% de las respuestas, junto a un 9% que observan aspectos positivos y negativos, y un 10% que opinaron que la percepción es negativa.

Entre los **aspectos positivos**, los encuestados destacan que España es un mercado grande y con gran potencial, puerta de entrada a Europa.

Mencionan muy pocos **aspectos negativos**: dificultad de negociación, márgenes bajos, el mercado español no acepta precios tan altos como otros mercados europeos.



# Sostenibilidad



*Preguntamos a las empresas colombianas si tienen una estrategia de sostenibilidad en el mercado español.*

Prácticamente el mismo número de encuestados indicaron tener una estrategia de sostenibilidad, como no tenerla.

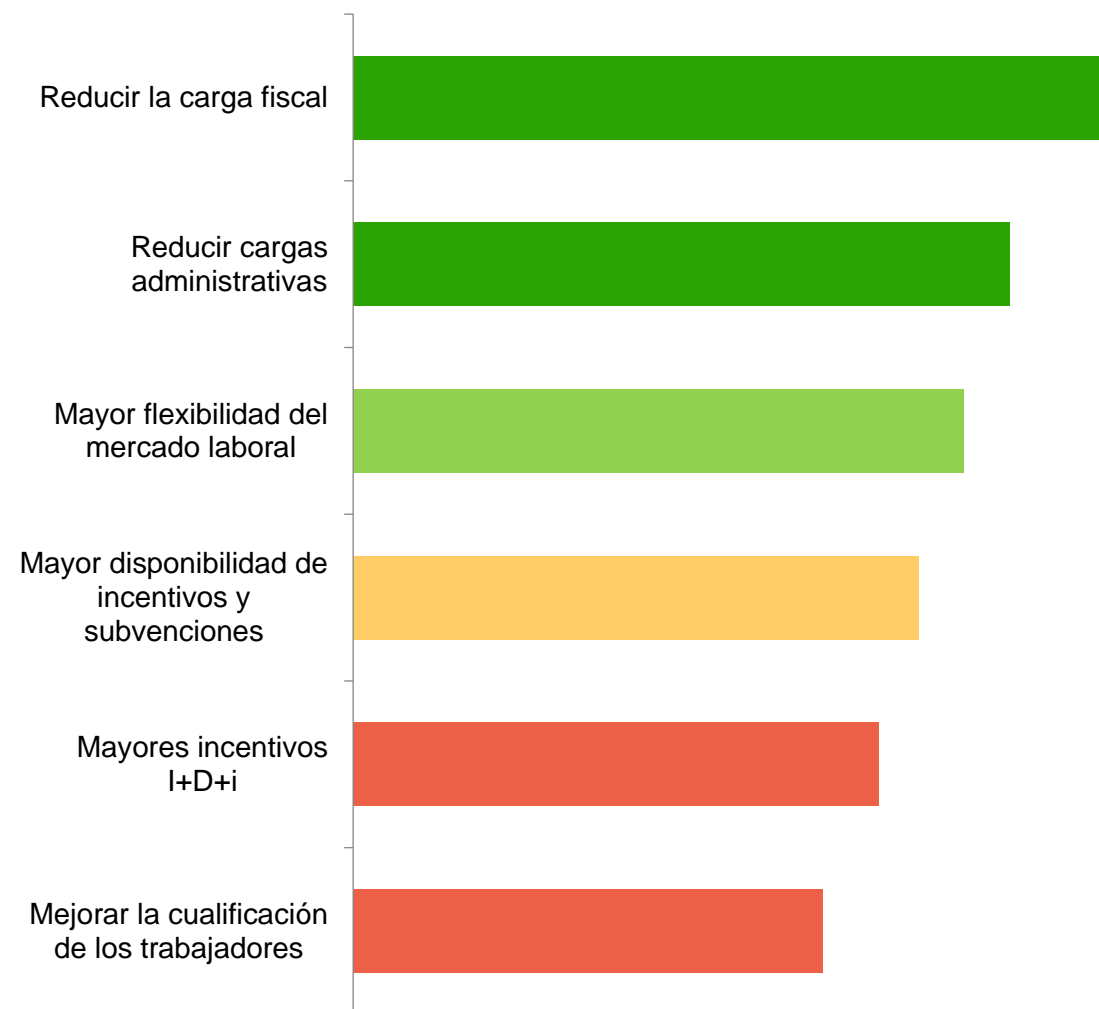
Esto indica que los factores asociados a la sostenibilidad no son todavía factores clave a tener en cuenta para la entrada en el mercado español, para muchas empresas colombianas.

# Valoración de reformas

*Preguntamos a las empresas colombianas qué reformas verían más atractivas para incrementar su presencia en el mercado español.*

Reducir las cargas administrativas y fiscales, así como mejorar la flexibilidad laboral serían las reformas preferidas.

En cambio, no se observan prioritarias por los encuestados aquellas reformas para mejorar la cualificación de los trabajadores o disponer de más incentivos a la I+D+i.



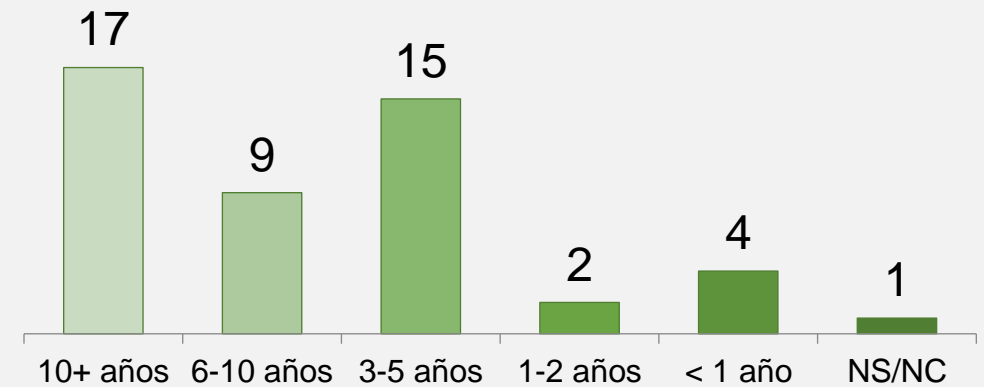
*Las reformas están ordenadas por preferencia, ponderando por el orden que ha dado cada encuestado.*

# Muestra

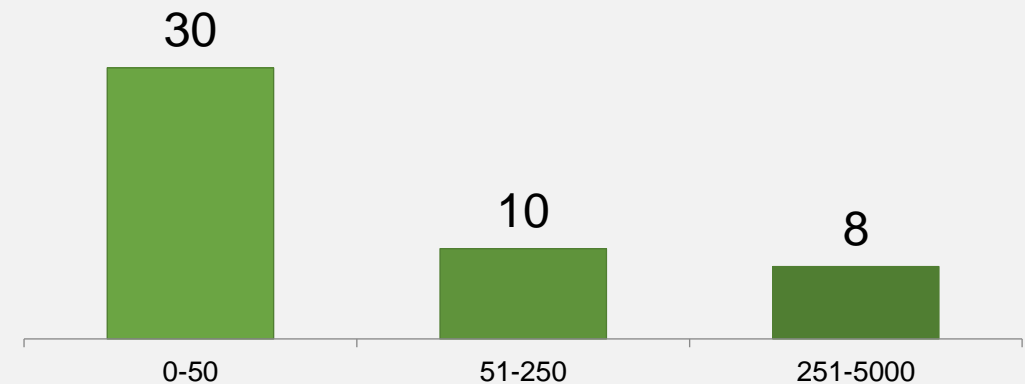
## Sectores de empresas encuestadas



## Años de presencia en España



## Tamaño a nivel global (trabajadores)





# Metodología

## Universo

El universo de la encuesta incluye a todas las empresas españolas y colombianas con intereses económicos en el otro mercado. Esto se concreta en:

**Empresas exportadoras:** españolas que venden al el mercado colombiano y colombianas que venden al mercado español.

**Empresas con filiales:** empresas españolas de capital colombiano, así como su matriz, y empresas colombianas de capital español, así como su matriz. Se ha intentado hacer la encuesta tanto a la empresa filial como a la matriz.

## Muestra y fuentes

Para tener la muestra más completa posible, hemos identificado empresas de los tipos deseados en múltiples fuentes:

- Experiencia previa y conocimiento personal de Gedeth Network y la Fundación Consejo
- Base de datos ORBIS
- Directorio de empresas exportadoras de la Cámara de Comercio de España ([directorio.cameras.org](http://directorio.cameras.org))
- Directorio de empresas españolas instaladas en Colombia de ICEX
- Asociaciones sectoriales colombianas y españolas

## Realización de la encuesta

La recogida de respuestas se ha llevado a cabo a través de una **plataforma web** de encuestas alojada en servidores europeos (survey.zoho.eu).

No se han preguntado datos identificativos de las empresas ni de las personas que responden, para no desincentivar la respuesta, y porque no eran necesarios para los fines del estudio.

Hay **dos versiones de la encuesta**, y cada contacto ha recibido solo una. Las preguntas son iguales en ambas versiones, pero en una se pregunta sobre España, y en otra se pregunta sobre Colombia.

## Difusión

La difusión se ha realizado en dos fases.

Primero se ha enviado un **correo electrónico** a cada contacto de la muestra, con un enlace a la encuesta.

Posteriormente se ha intentado **contactar telefónicamente** para solicitar que contestaran la encuesta, o recoger sus respuestas telefónicamente. Se ha realizado campaña telefónica tanto a los contactos en España como a los contactos en Colombia.

## Acciones y resultados

Fecha de inicio	<b>17-3-2023</b>
Fecha de fin	<b>15-5-2023</b>
Medio	<b>Formulario online</b>
Empresas contactadas	Sobre España <b>244</b>
	Sobre Colombia <b>825</b>
Número total de respuestas válidas	Sobre España <b>48</b>
	Sobre Colombia <b>94</b>