

III BARÓMETRO DE RELACIONES ECONÓMICAS BILATERALES ESPAÑA – COLOMBIA 2025

JULIO DE 2025

Resumen de conclusiones

El Barómetro

Encuesta realizada entre mayo y julio de 2025 por encargo de la Fundación Consejo España Colombia. Tercera edición tras 2025.

Objetivo: mejorar el conocimiento de las relaciones económicas entre ambos países, recogiendo opiniones de empresas que sostengan relaciones entre ambos, como exportadores, importadores, empresas de capital proveniente del otro país e inversores.

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. Buenas perspectivas, aunque menos tranquilidad que otros años.
- 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.
- Preocupaciones más destacadas: riesgo político y competencia asiática. En Colombia la burocracia; en España, altos costes.
- La incertidumbre global es, en general, un incentivo a las relaciones entre España y Colombia.
- Las empresas de ambos países tienen reputación positiva.
- Sería importante mejorar el conocimiento mutuo de ambos países, puesto que algunos aspectos negativos se atribuyen al desconocimiento.

Encuesta sobre el mercado colombiano

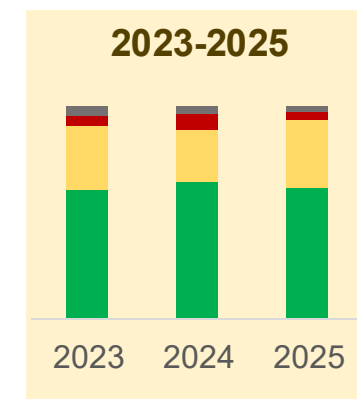
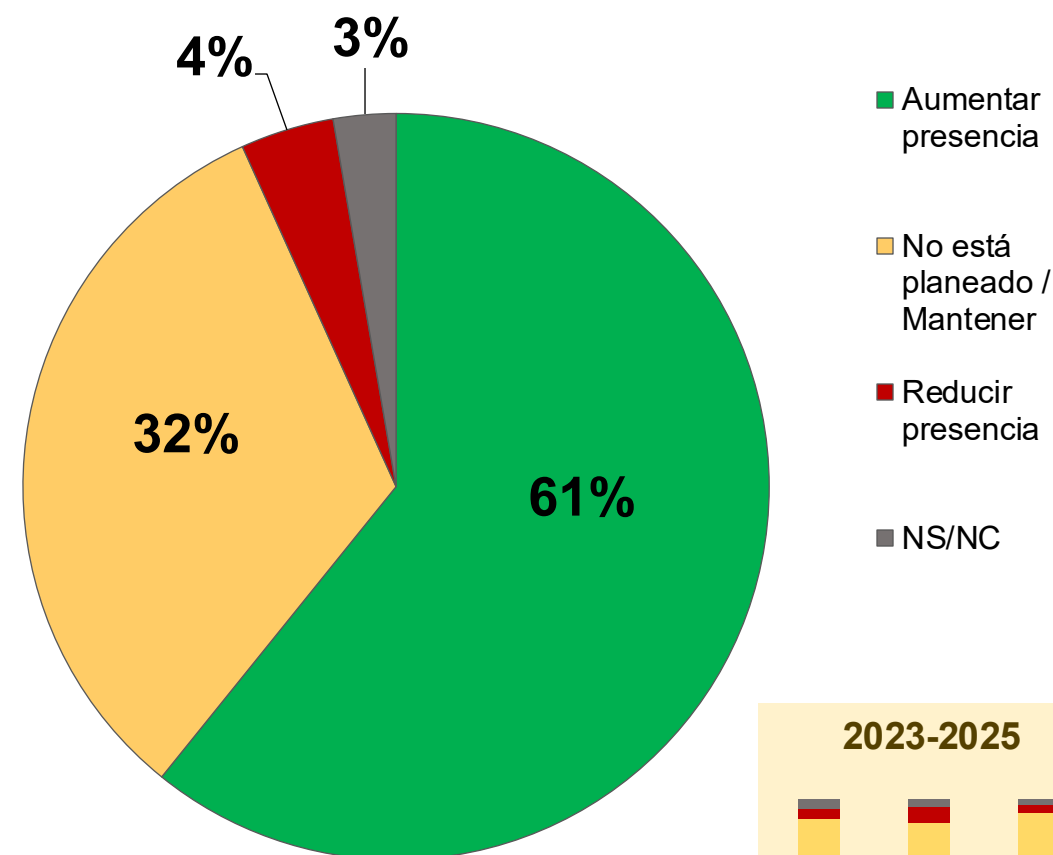
Encuesta a empresas españolas con actividades en Colombia, ya como exportadoras, ya como empresas matrices de filiales instaladas en Colombia.

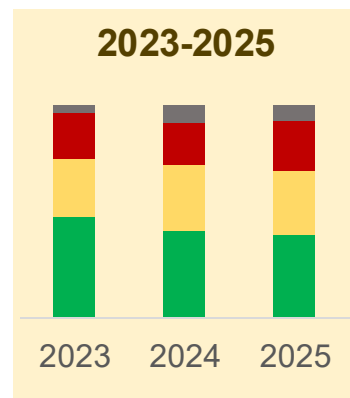
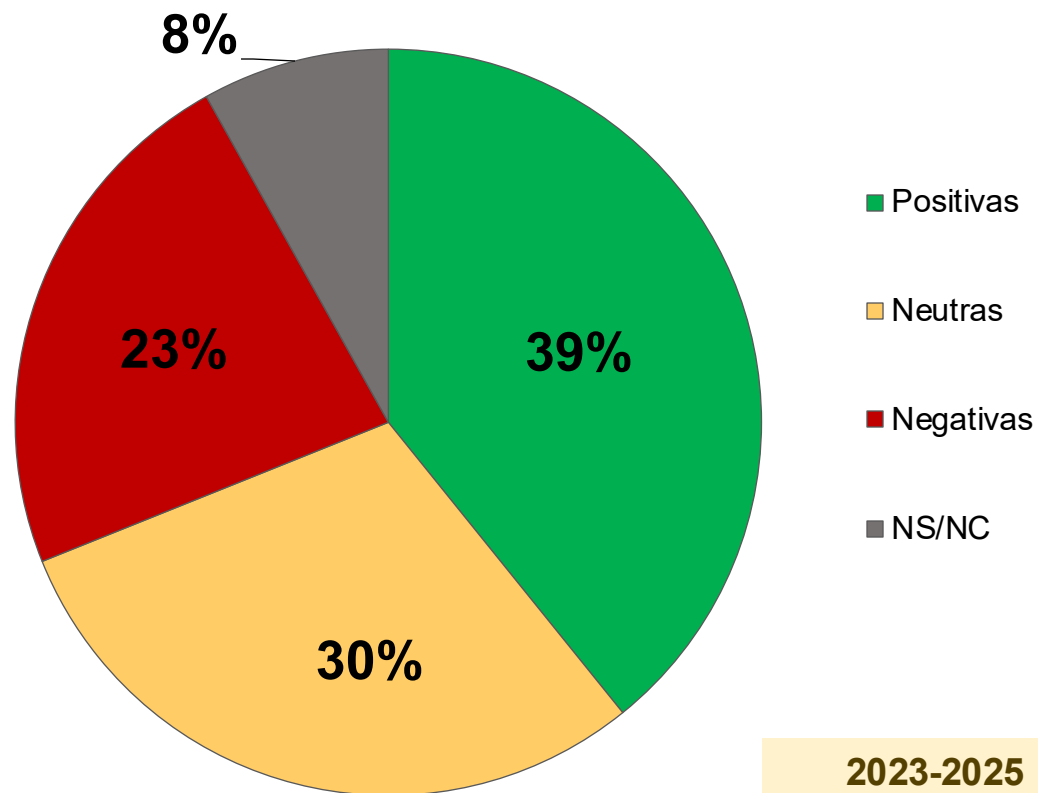
Presencia en Colombia

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

El 61% 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. Comparando con las encuestas anteriores, se aprecia que la incertidumbre es algo mayor y hay una voluntad de crecimiento un poco menor, pero muy pocos creen que reducir su presencia sea necesario o recomendable.

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.

El 39% de las respuestas indican unas **perspectivas positivas** para la economía colombiana, mientras que el 23% indican temor a un empeoramiento de la economía del país.

Aunque el optimismo sigue siendo la opinión más frecuente, como en años anteriores, el porcentaje de respuestas positivas ha bajado un 9% desde la encuesta de 2023, y en 2025 ha aumentado especialmente la perspectiva negativa.

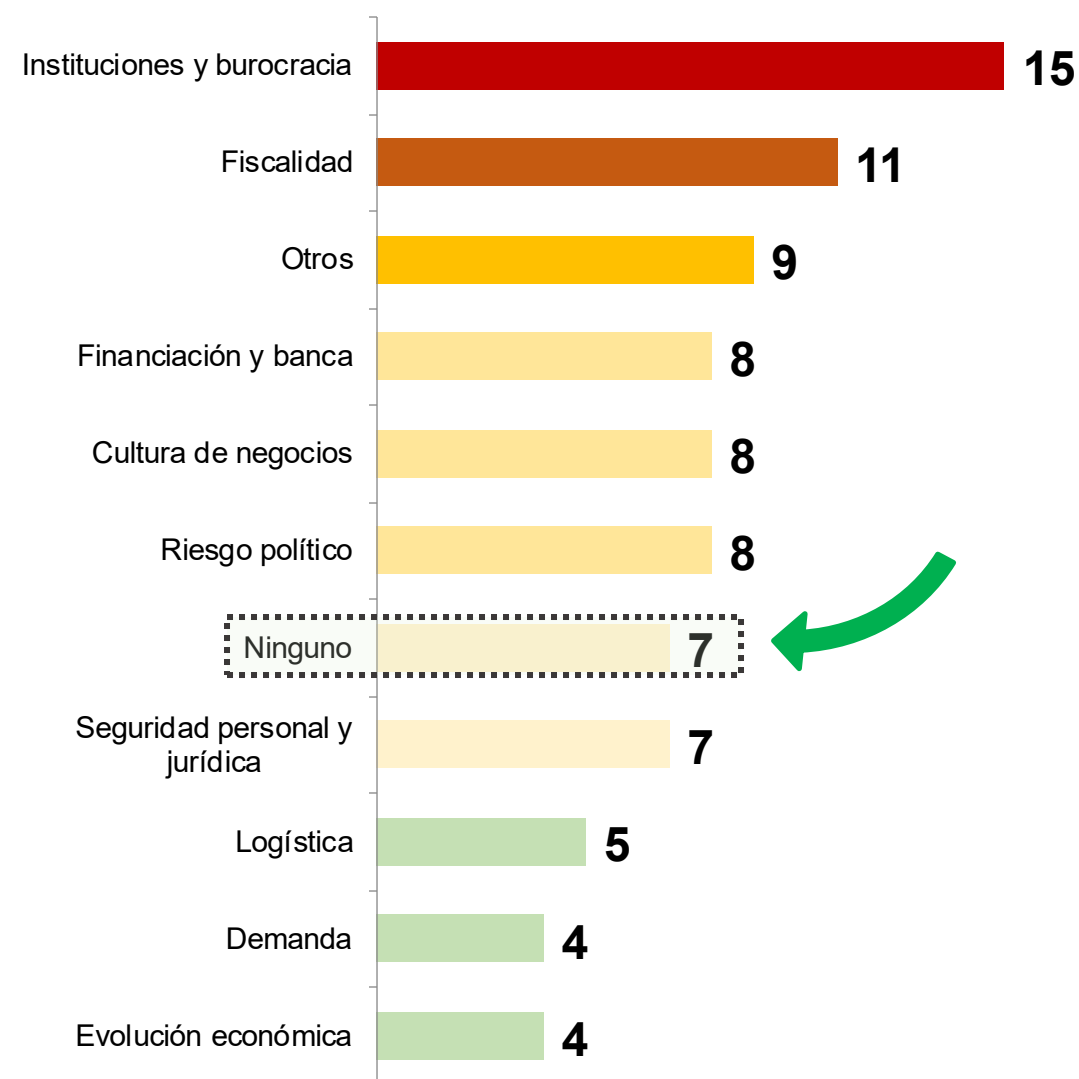
Problemas y amenazas

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

Dada la variedad de perfiles de empresas, es natural que los problemas sean diversos. Destaca uno muy por encima de los demás: problemas con la **burocracia** y las instituciones colombianas.

Las empresas destacan dificultades con diferentes aspectos de la fiscalidad, la cultura de negocios, el riesgo político, la inseguridad jurídica (también, en menor medida, personal) y problemas con el sector financiero.

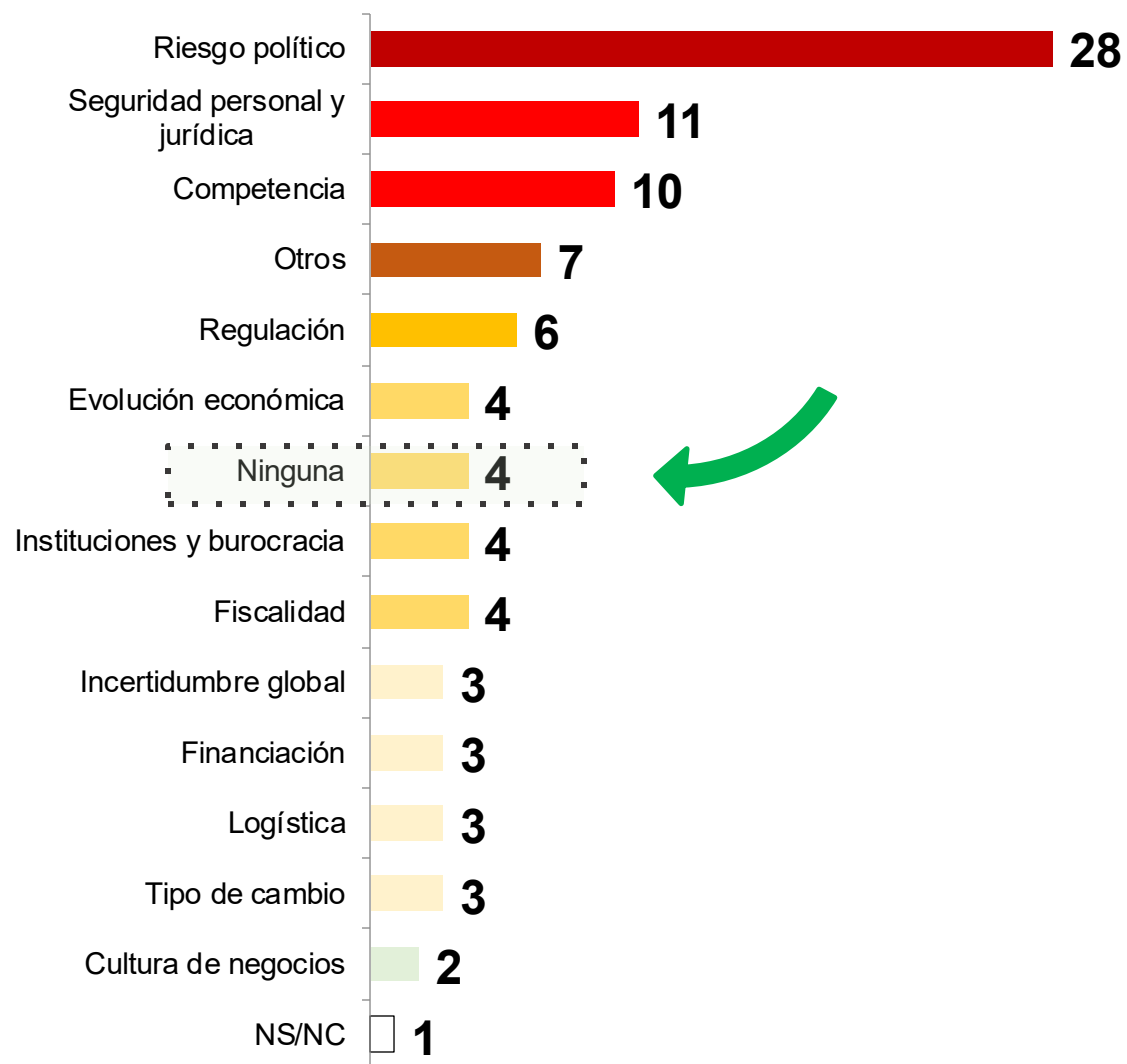
Pero destaca que 7 han declarado no haber tenido **ningún problema de importancia** al trabajar con Colombia.



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:

- La lentitud de la burocracia, el alto número de trámites, y la falta de decisión o pasividad en algunas Administraciones Públicas vuelve a ser el problema más mencionado por las empresas de origen español.
- La actitud del gobierno colombiano con respecto a la empresa privada parece preocupar bastante en el entorno empresarial, así como la incertidumbre.
- Varias mencionan la logística, tanto internacional como nacional, como un problema de importancia en el pasado.
- Se puede señalar que, en esta edición, no se destacan problemas con el tipo de cambio ni con la competencia.



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

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

El **riesgo político** es la mayor preocupación de las empresas encuestadas, y en un grado mayor que en años anteriores.

De las demás, destacan dos preocupaciones: la seguridad jurídica y los competidores.

Solo una minoría pequeña no ven amenazas a su 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:

- Varias empresas han mencionado, por primera vez, la **incertidumbre de carácter global**: por ejemplo, los cambios regulatorios en EEUU o la UE en el contexto de un conflicto comercial internacional.
- Con respecto al riesgo político, los encuestados 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, y en general competidores de bajo coste. También se menciona la competencia desleal y productos de baja calidad. El hecho de que Colombia sea un mercado atractivo con buenas perspectivas es un factor que podría hacer aumentar la competencia.

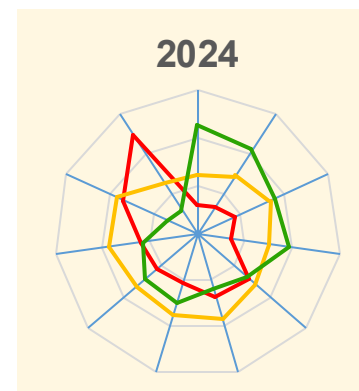
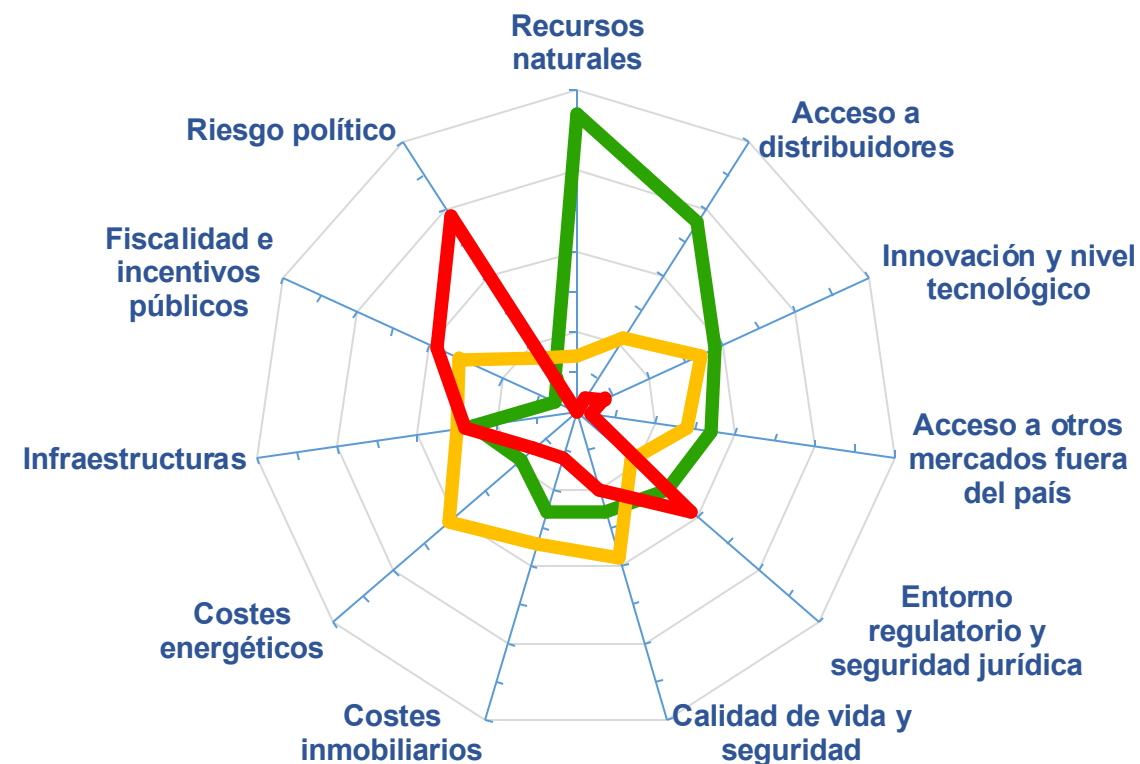
Factores de atracción

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

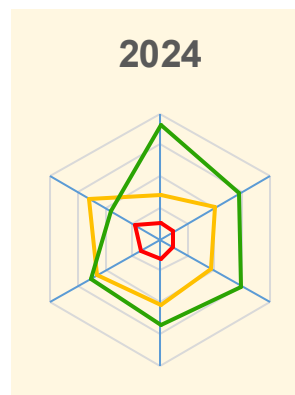
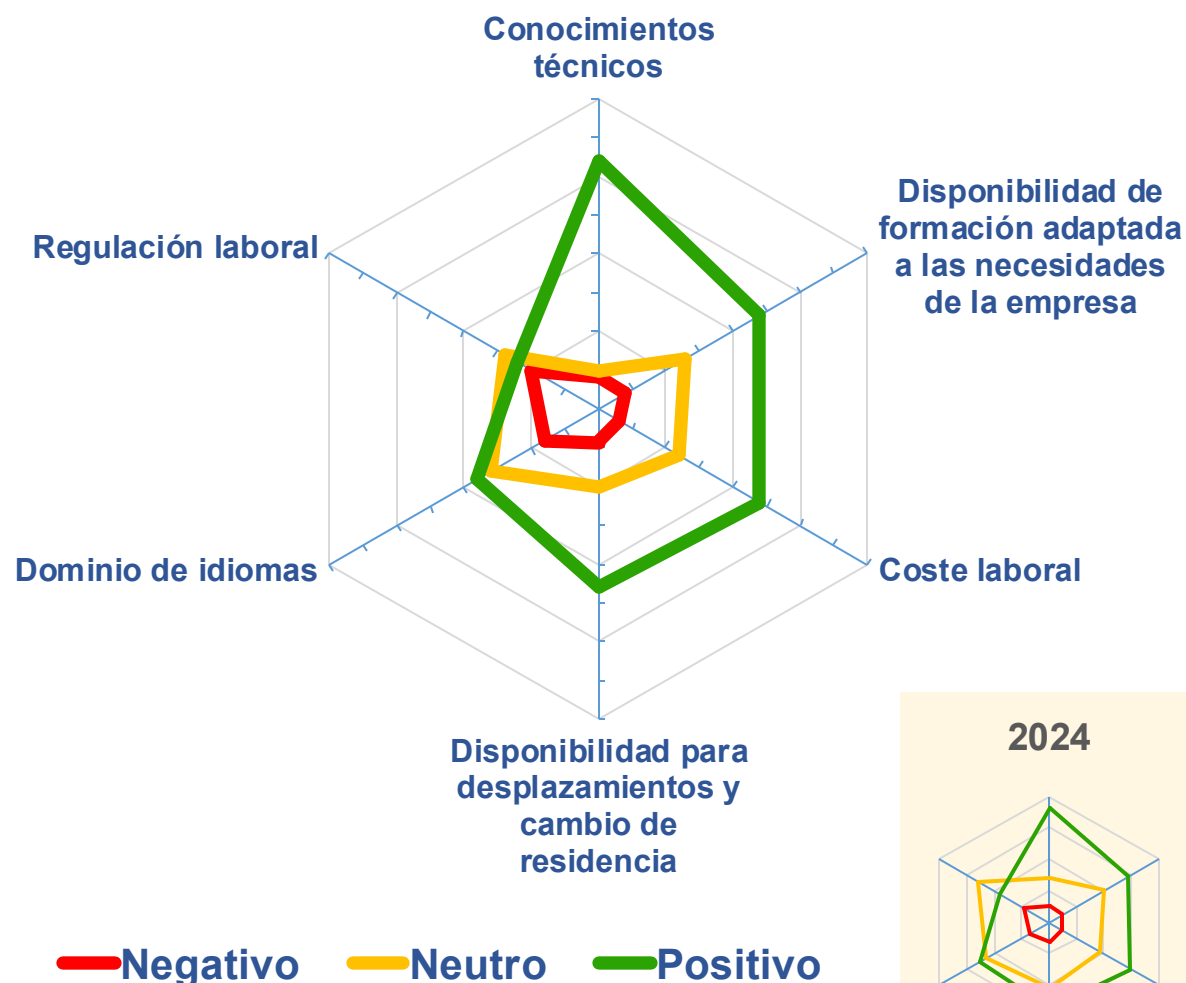
Los **aspectos más fuertes** son variados: riqueza de recursos naturales, acceso a distribuidores y el acceso al mercado latinoamericano, que es tan importante para las empresas españolas. Destaca la buena valoración del nivel tecnológico en la economía colombiana.

El **más problemático**, con diferencia, es el riesgo político. Las respuestas también valoran de forma negativa o neutra fiscalidad, infraestructuras y entorno regulatorio.

En cualquier caso, hay un predominio de las valoraciones positivas. Los resultados se parecen mucho a 2024 (empeora la seguridad jurídica).



— Positivo — Neutro — Negativo



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

Hay un **fuerte predominio de las valoraciones positivas**. Pocas empresas destacaron factores negativos, y casi todos los factores son mucho más positivos que negativos.

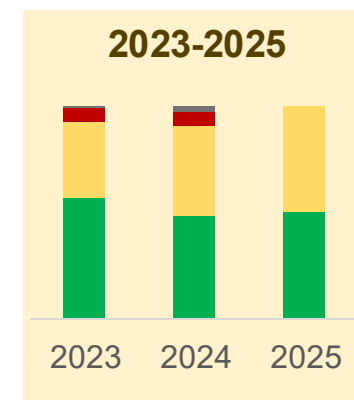
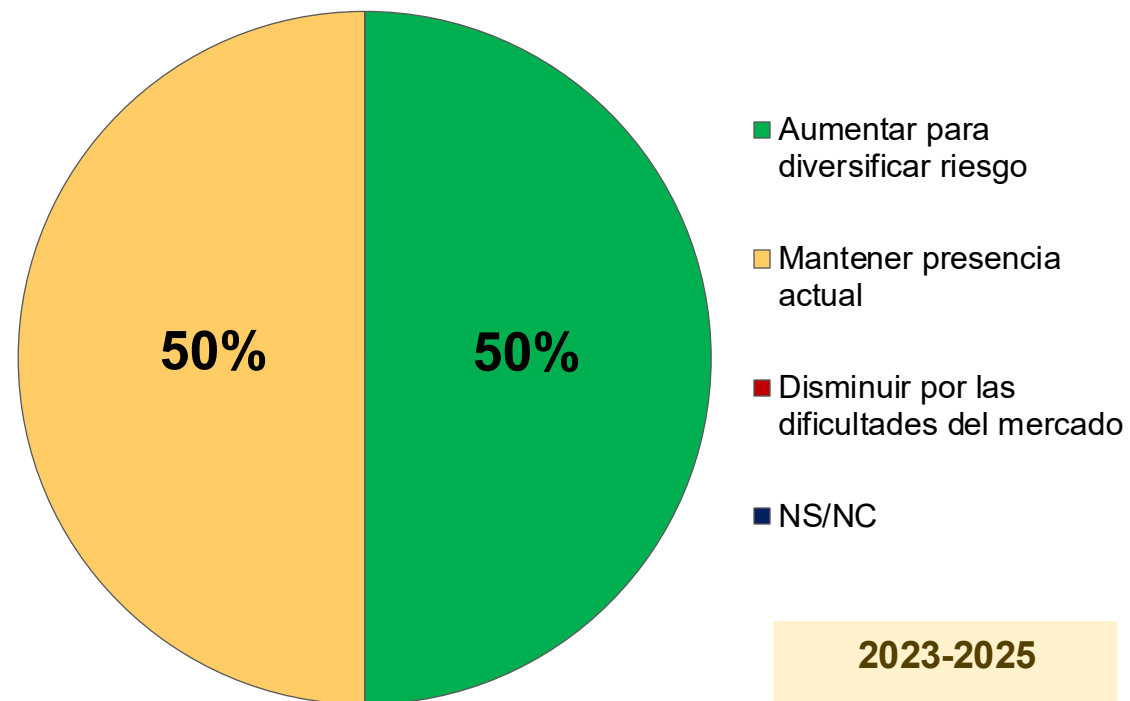
Hay que destacar que el aspecto que más valoran las empresas son los conocimientos técnicos de los trabajadores colombianos. Otros **factores positivos** son la formación, el coste laboral y la disponibilidad para desplazamiento. El factor **menos destacado** es la regulación laboral.

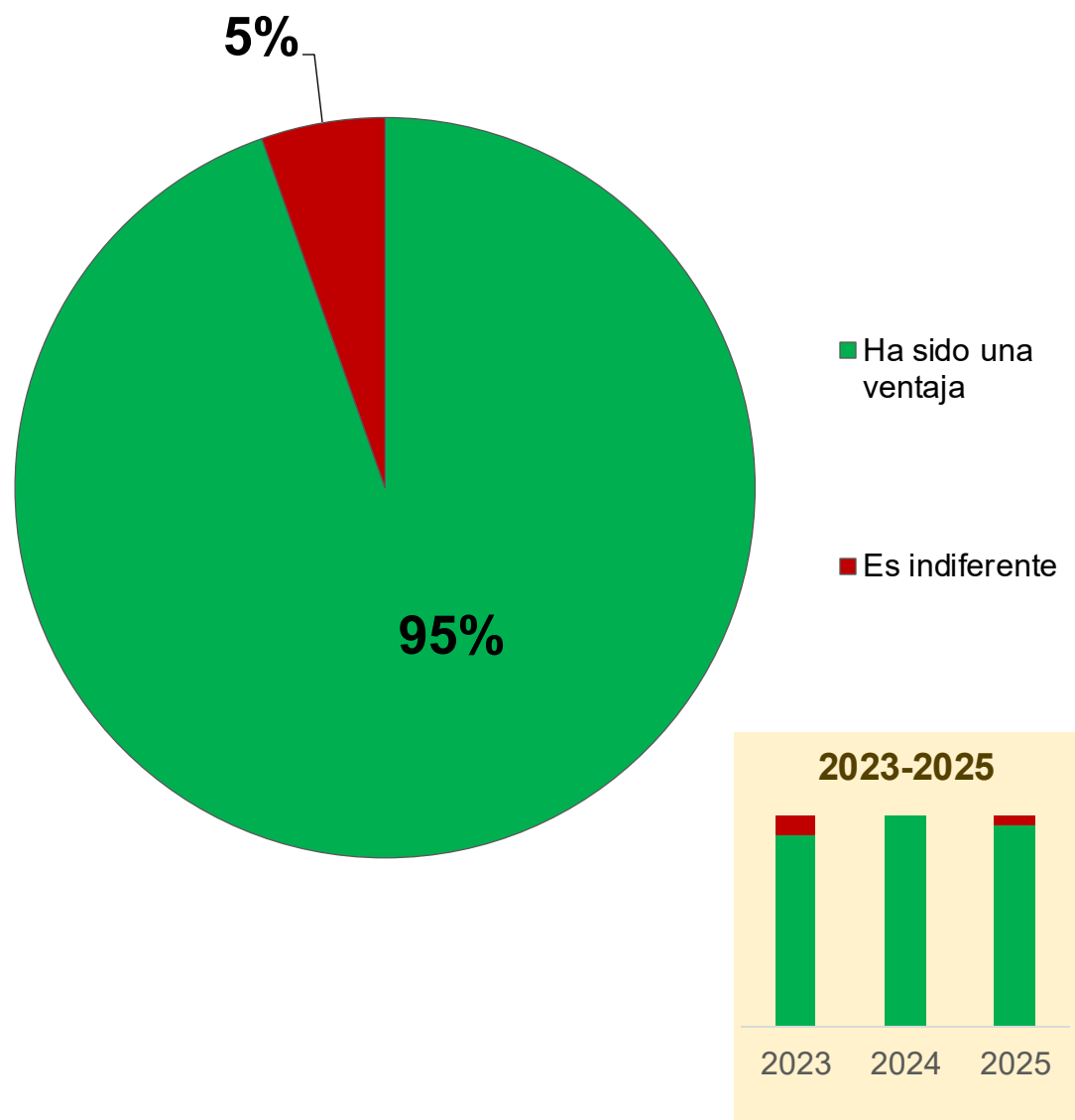
Los resultados de 2025 son similares a 2024, aunque no tan positivos.

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.

La mitad 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**.

La otra mitad indicaron que mantendrían su presencia tal como estaba.



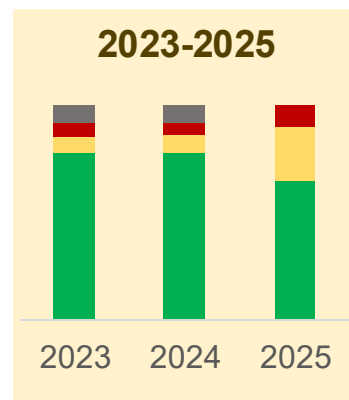
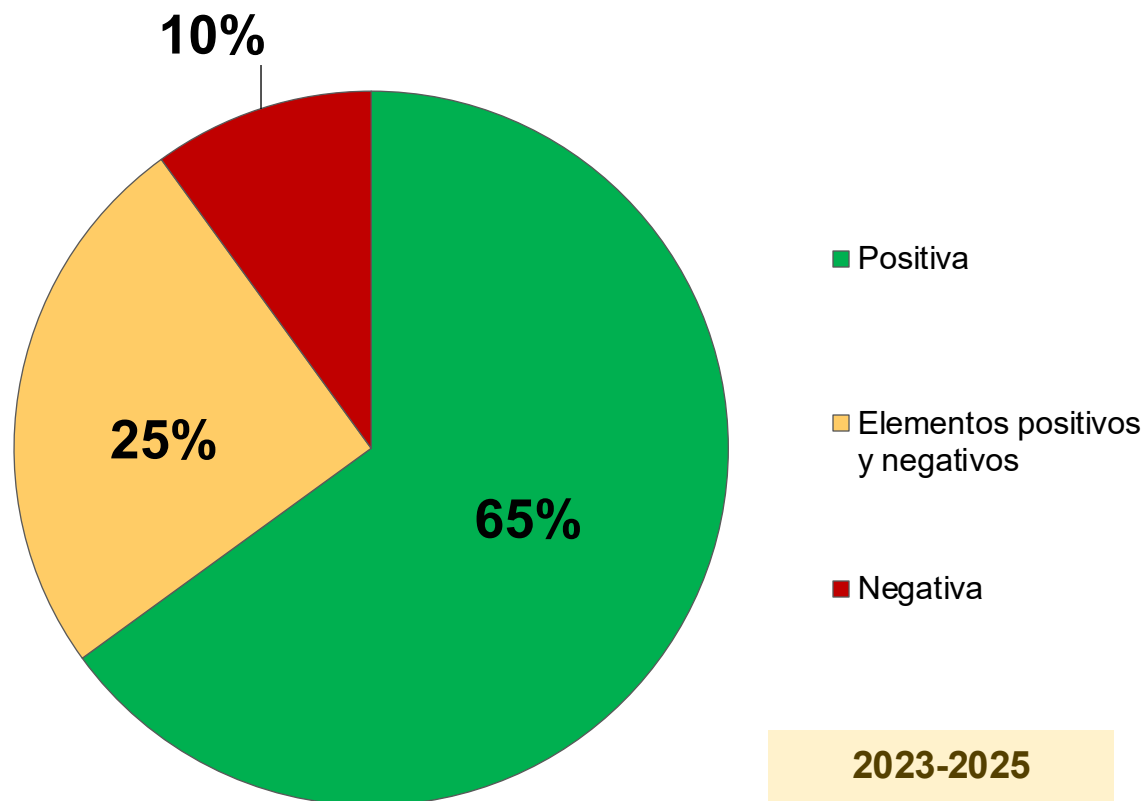


Preguntamos a las empresas españolas si la histórica conexión cultural entre España y Latinoamérica había sido una ventaja en sus relaciones con Colombia.

El 95% de los encuestados es positivo con respecto a esa **ventaja**. Las respuestas destacan, sobre todo, la ausencia de barreras idiomáticas. Algunos comentan las relaciones históricas como aspectos positivos.

Unas pocas respuestas indican que la diferencia cultural es un problema grave para las empresas, y que la conexión puede suponer un riesgo al enmascarar esa diferencia cultural.

Percepción



Preguntamos sobre la imagen de las empresas españolas en Colombia.

Dos tercios piensa que **las empresas españolas tienen buena imagen en Colombia**. Sólo un 10% destaca lo negativo, y un 25% señalan elementos tanto positivos como negativos en la percepción.

Entre los **aspectos positivos**, destacan: calidad, profesionalidad, origen europeo.

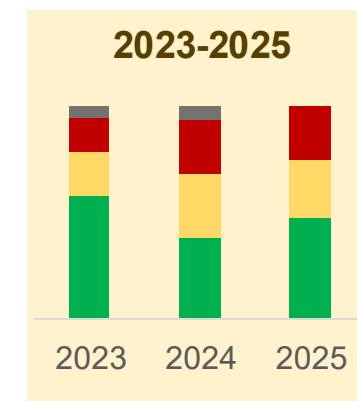
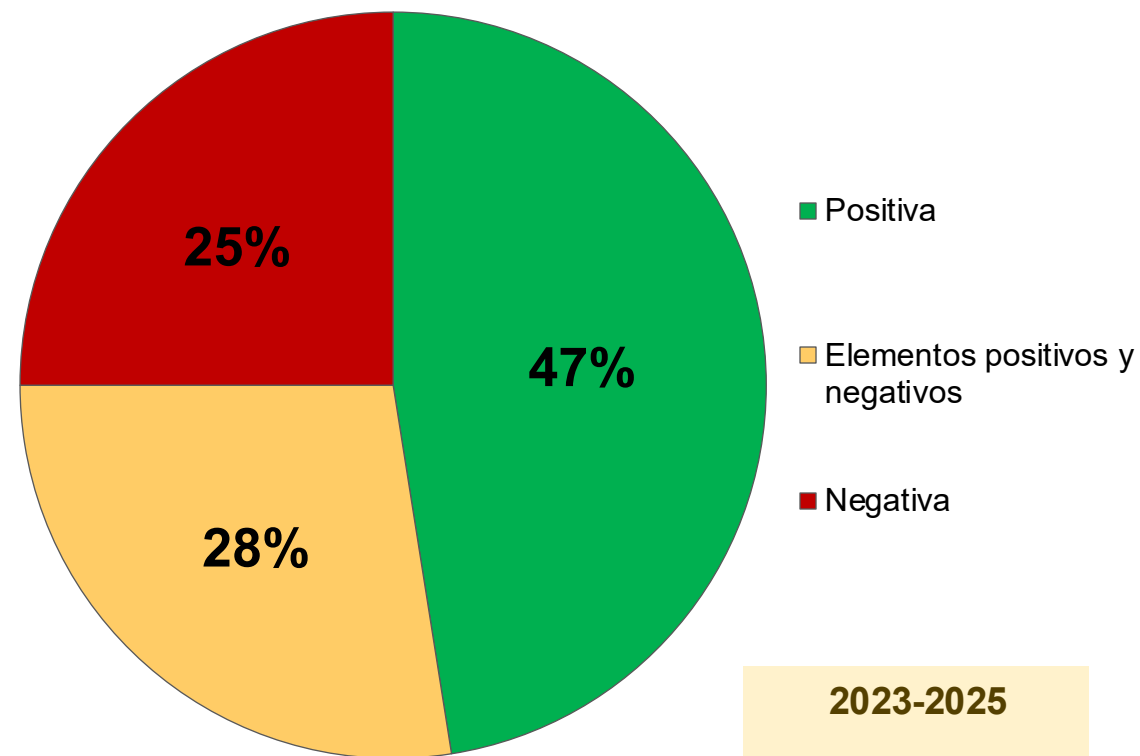
Entre los **aspectos negativos** citan: oportunismo, falta de compromiso con la sociedad local, y una peor percepción por cambios ideológicos y políticos en Colombia.

Se observa un leve empeoramiento desde 2023.

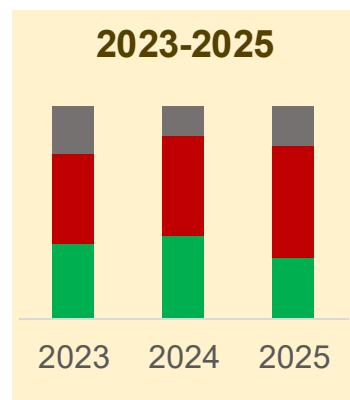
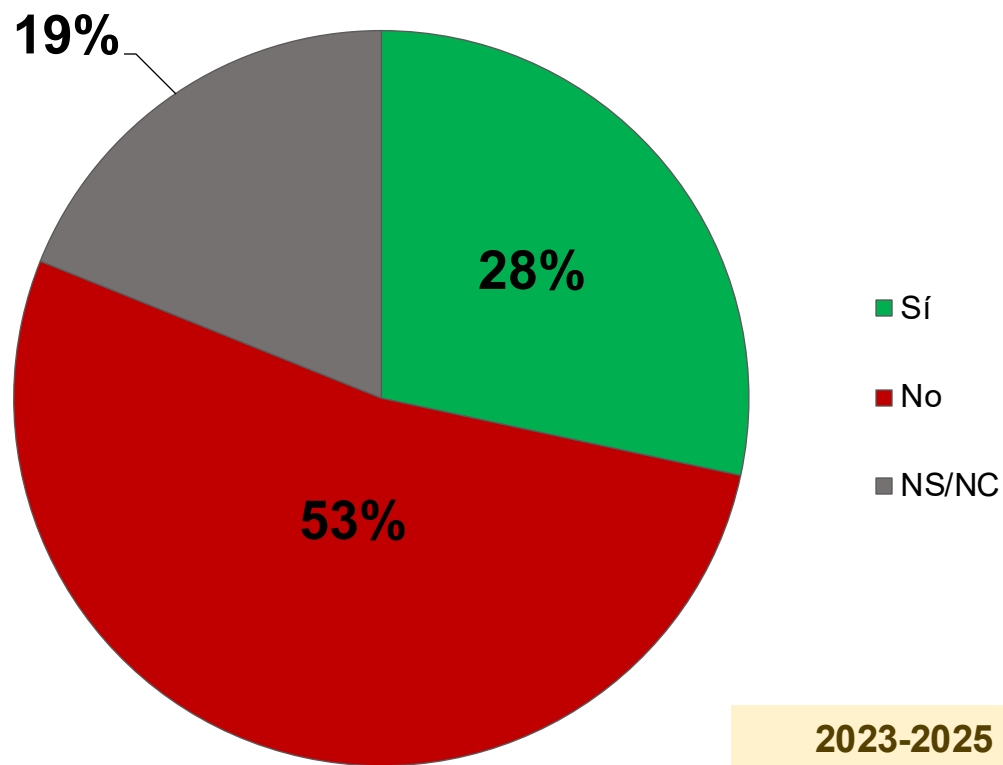
Preguntamos por la percepción que las empresas españolas, en general, tienen sobre el mercado colombiano.

El 47% de las empresas contestaron que en España se tiene una **visión positiva del mercado colombiano**. 25% opinaron que la percepción es negativa, y el 28% habló de aspectos positivos y negativos.

Entre los **aspectos positivos**, los encuestados destacan las oportunidades de Colombia, la preparación de sus personas y su seriedad. Entre los **aspectos negativos**, que queda mucho que hacer y mejorar en el país, hay dificultades para poner proyectos en marcha y cierta inseguridad jurídica. Sin embargo, el resultado global es mejor que en 2024.



Sostenibilidad



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

El **28%** 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. En cambio, el **53%** ha declarado no tener una estrategia propia para el país.

Esto indica que la sostenibilidad no es vista por muchas empresas como un componente de su competitividad en Colombia. La variabilidad de las respuestas ha sido moderadamente alta en las tres encuestas.

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 la reducción de emisiones, la sostenibilidad de materiales y los objetivos sociales.
- En Colombia se da más importancia a los aspectos sociales, y en España a los medioambientales.
- Se está produciendo un importante desarrollo de los requisitos regulatorios de sostenibilidad en Colombia, pero sin llegar todavía a los niveles de exigencia de Europa. Algunas empresas, sin embargo, aplican las mismas estrategias en ambos mercados.

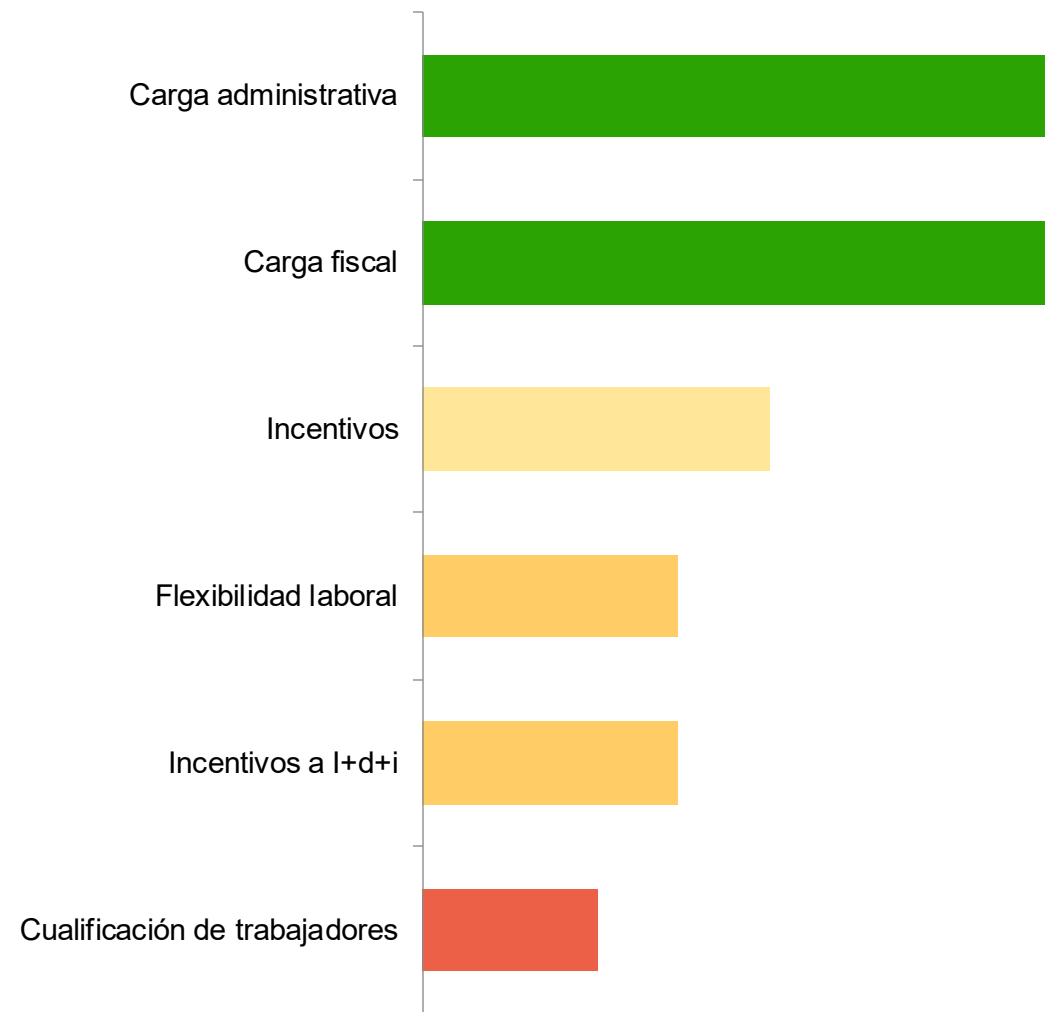
Valoración de reformas

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 son las posibles reformas mejor valoradas.

En cambio, mejorar la cualificación es la idea menos valorada, en consonancia con la buena valoración que tienen los conocimientos técnicos de los colombianos.

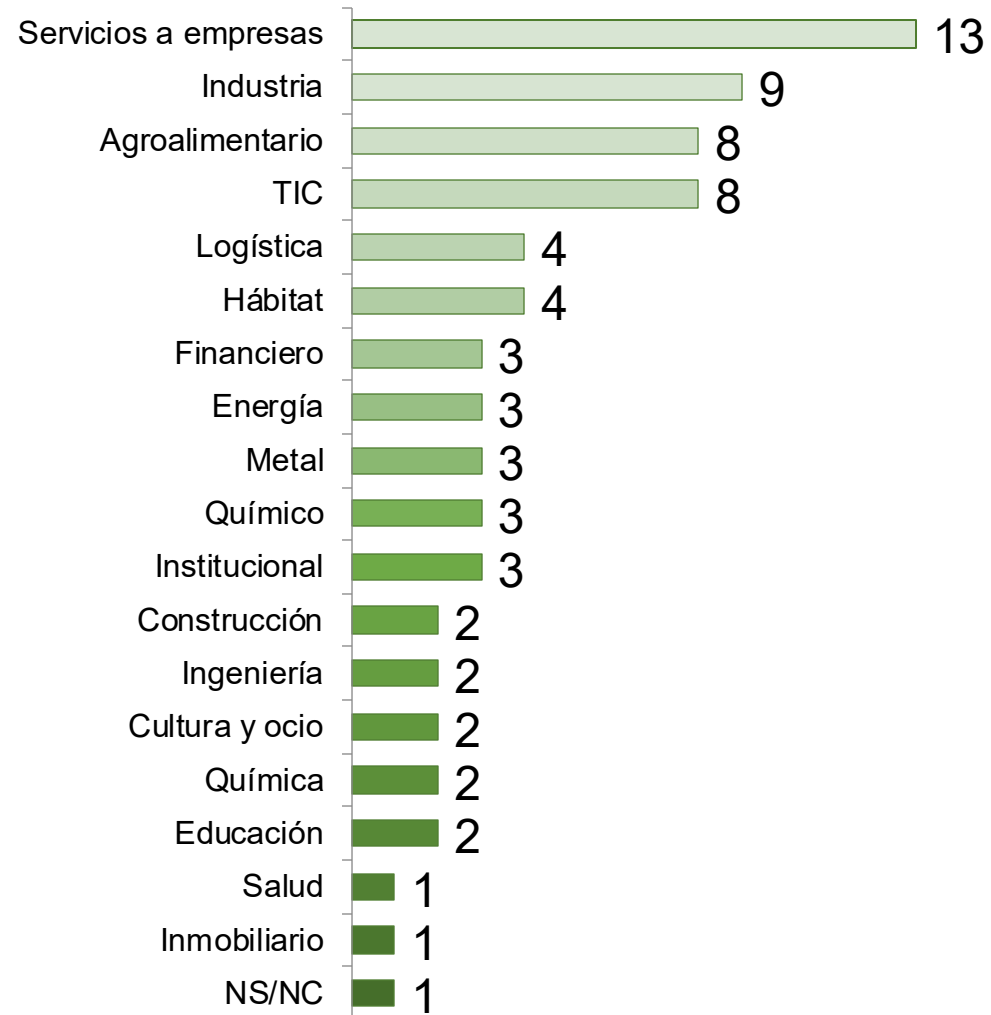
Las empresas le dan una valoración media a mejorar incentivos en general, incentivos a la I+D y aumentar flexibilidad laboral.



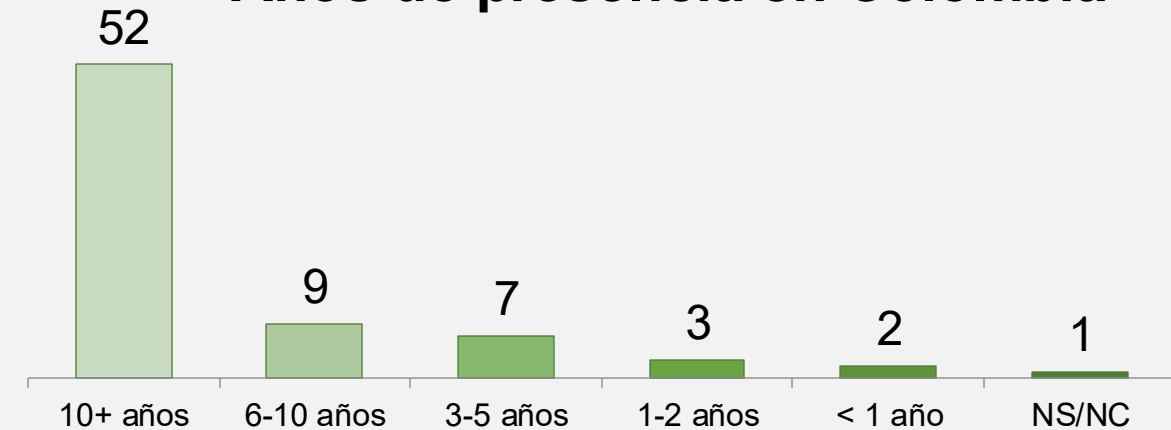
Las reformas están ordenadas por preferencia, ponderando por el orden que ha dado cada encuestado.

Muestra

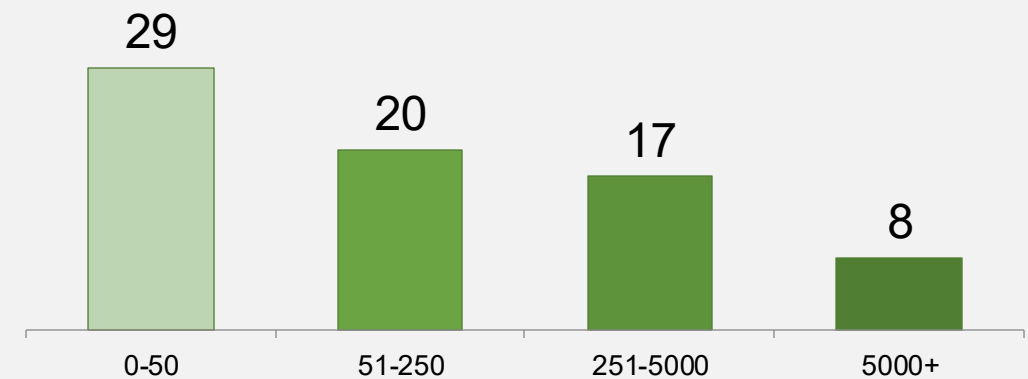
Sectores de empresas encuestadas



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.

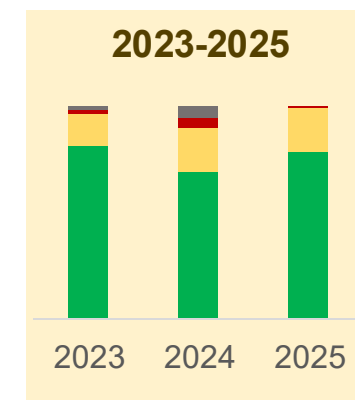
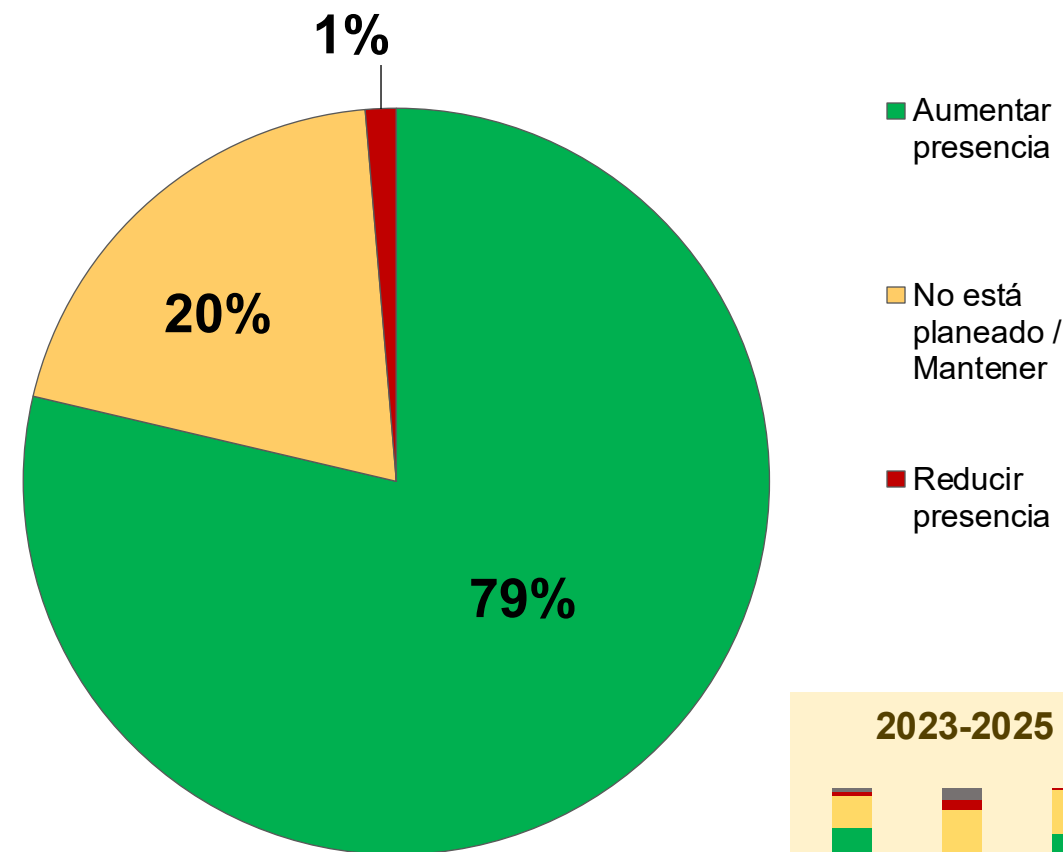
Presencia en España

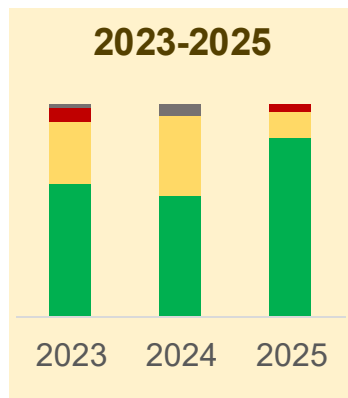
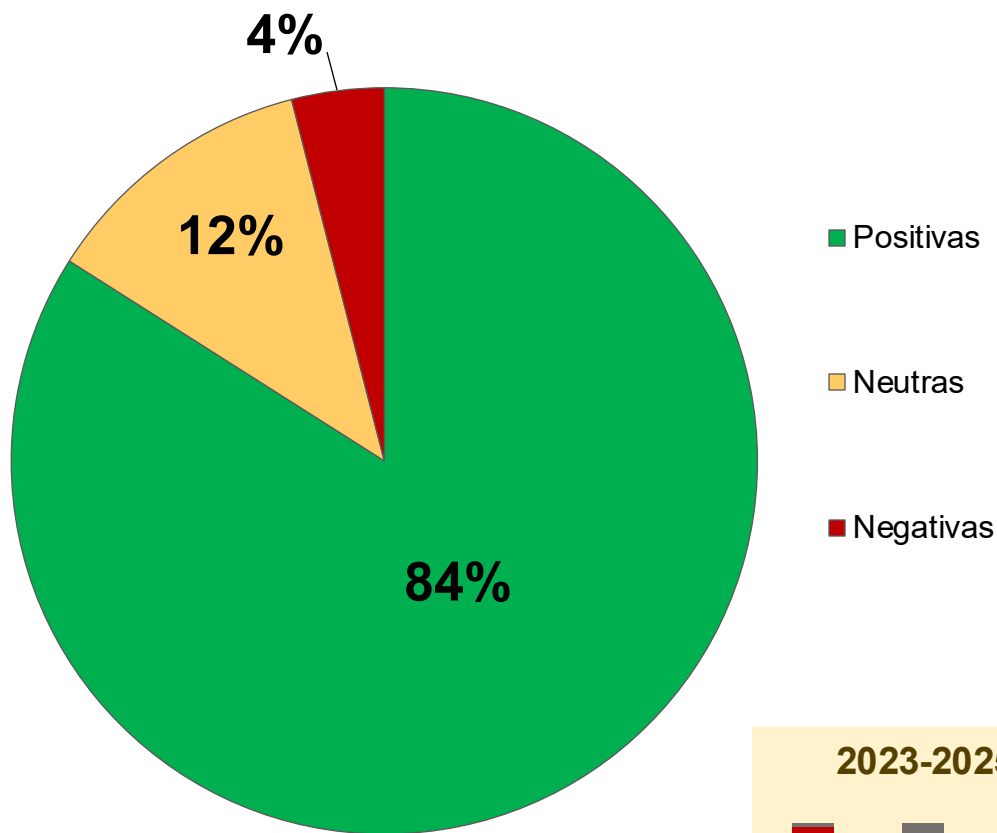
Preguntamos a las empresas si planean incrementar, mantener o reducir su actividad en España.

Casi el 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.**

Los resultados muestran una mejora de la tendencia positiva desde 2024.





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

Las perspectivas sobre la economía española son las más positivas en los últimos tres años.

El 84% tienen perspectivas optimistas, frente a un 56% en 2024. Solamente un 4% tienen perspectivas negativas.

Las respuestas indican claramente una fuerte confianza en la economía española, que ven en un momento estable y fuerte.

La mejora en la percepción en el período 2023-2025 es considerable.

Problemas y amenazas

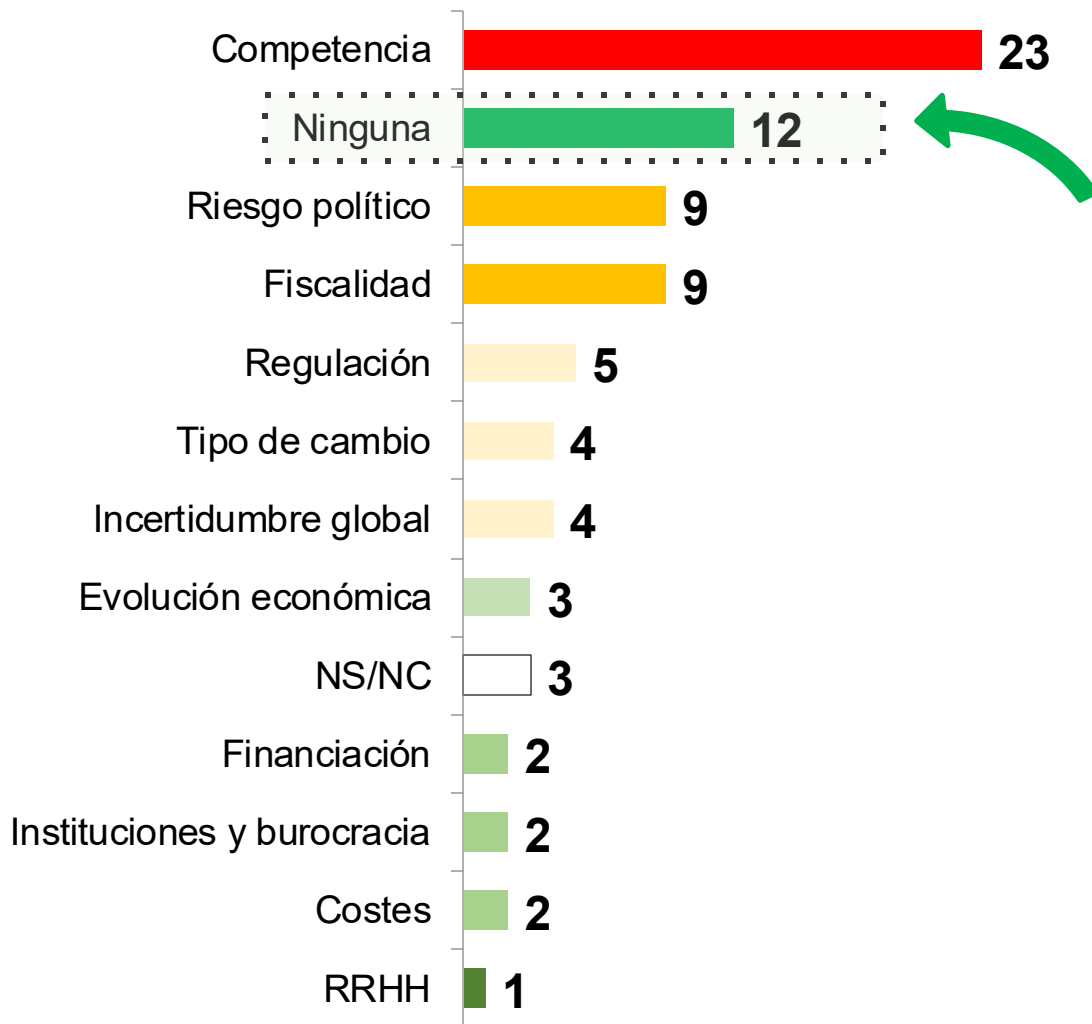
Preguntamos a las empresas colombianas qué problemas han sufrido durante su experiencia en España.

El resultado más destacado es que la opción más mencionada es que no destaquen **ningún problema importante**. Esta cifra ha crecido respecto a encuestas anteriores.

Los problemas citados derivan de los **costes en España** en comparación con Colombia: fiscalidad, logística, burocracia y costes operativos. También la dificultad para generar demanda.

En cambio, ni el tipo de cambio ni la situación política han sido un problema fundamental para las empresas encuestadas en este período.





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

Las amenazas más mencionadas son:

- La competencia, tanto de alta calidad como productos baratos. Se menciona la competencia china, europea y colombiana. También se menciona la potencial pérdida de demanda por automatización.
- Riesgo político, respuesta que no se dio en 2023.
- Fiscalidad.

Nuevamente, destacan las respuestas que no esperan ninguna amenaza grave a corto plazo.

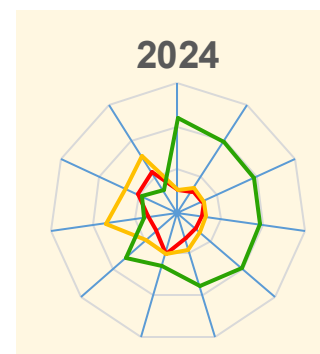
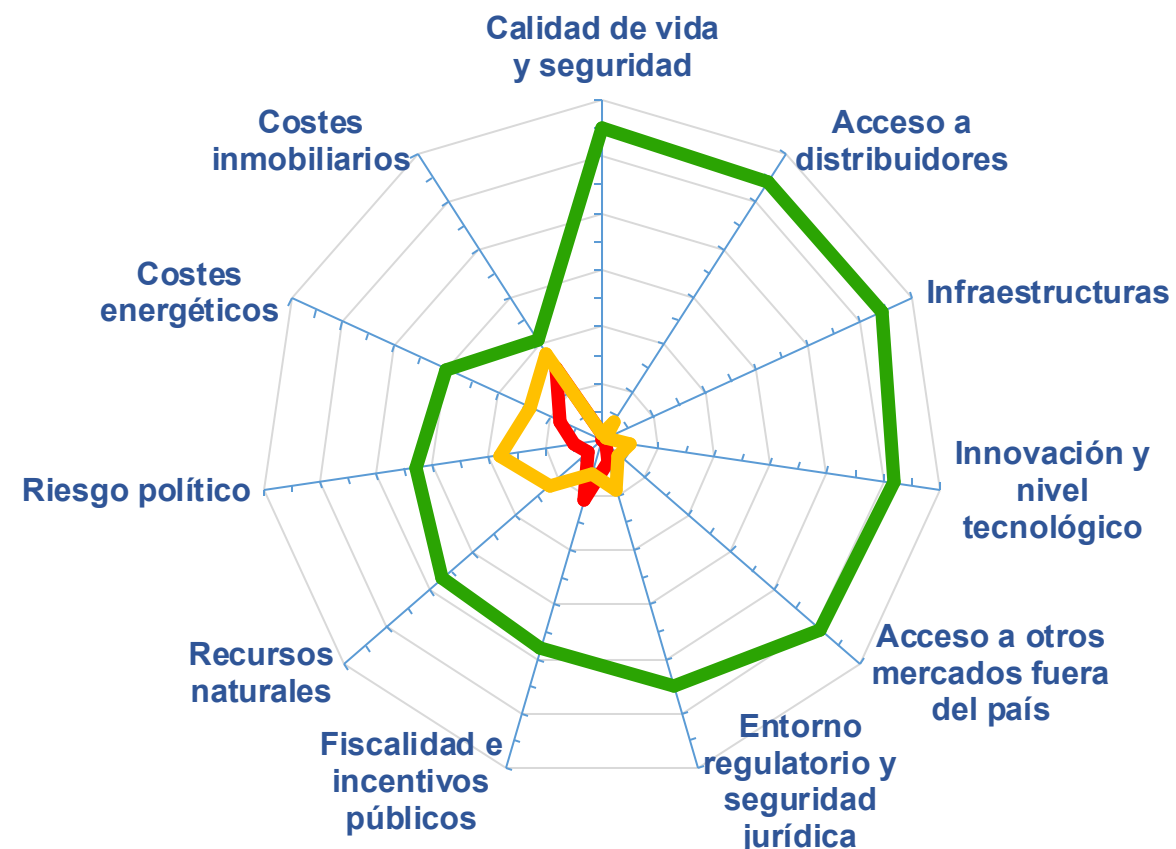
Factores de atracción

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

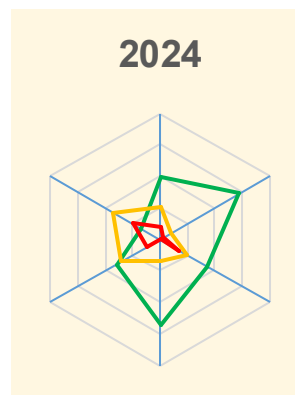
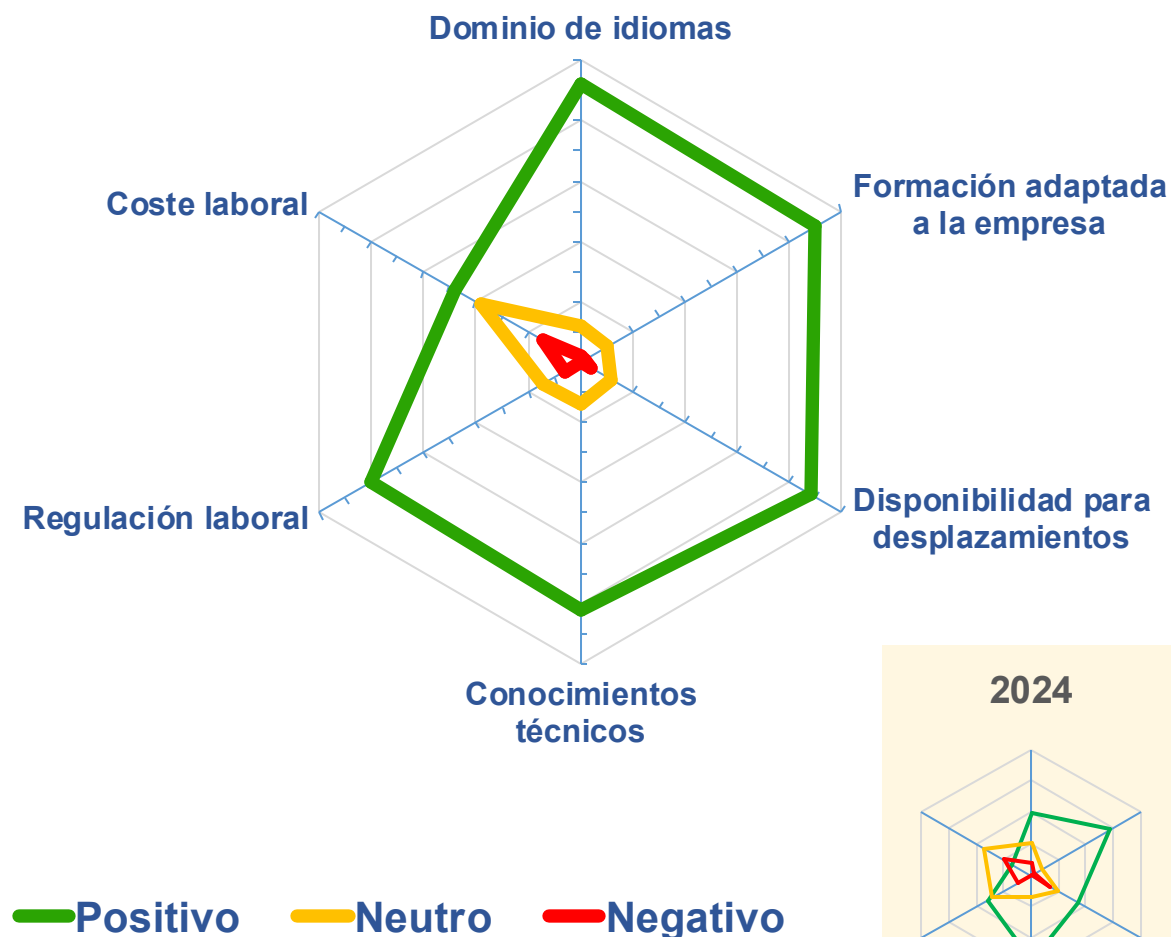
El predominio de las valoraciones positivas es casi total. **Todos los factores son atractivos** para las empresas colombianas.

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

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



— Negativo — Neutro — Positivo



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

Los **aspectos más fuertes** son los relacionados con la formación: los idiomas, la formación especializada y conocimiento técnico, así como la disponibilidad para desplazarse y cambiar de residencia.

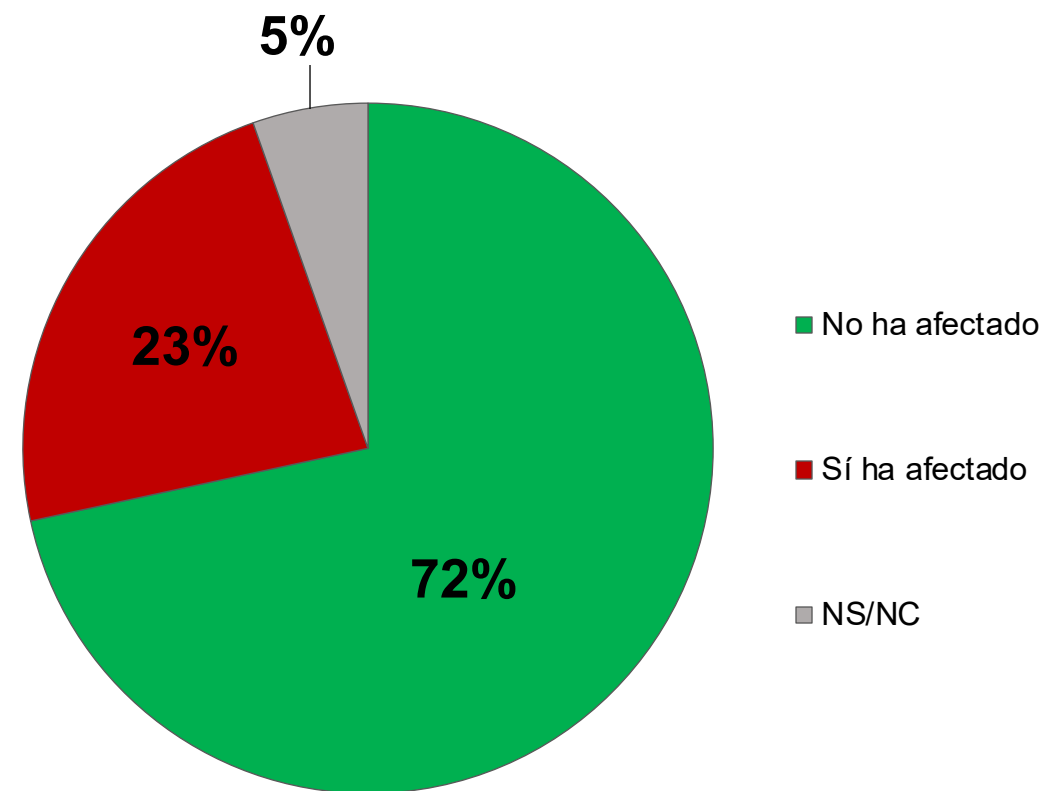
Los **factores menos atractivos** para las empresas colombianas se observan en la regulación laboral y, sobre todo, en los costes laborales.

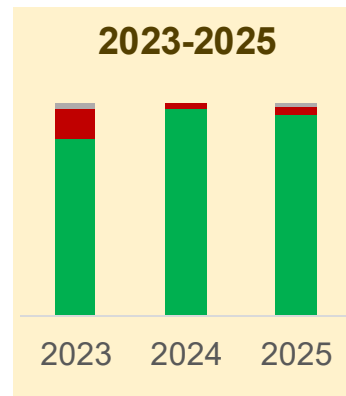
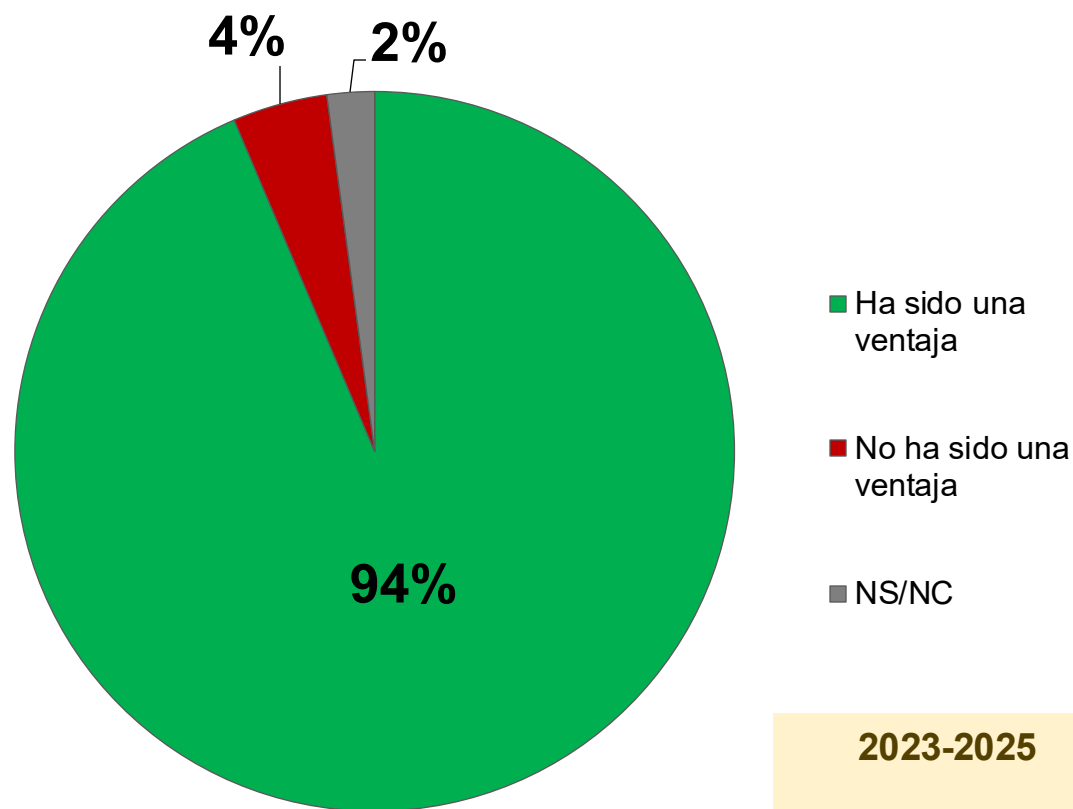
Estos resultados son muy similares a 2023 y 2024.

Preguntamos a las empresas colombianas si, ante la incertidumbre y guerras comerciales recientes, su estrategia en España ha cambiado.

El **72% de las empresas** indicaron que su estrategia en España no se ha visto todavía afectada por la incertidumbre global. De hecho, en varios casos mencionan que otros países (en particular EEUU) sí tienen este problema, pero no España; o que España ha mejorado su posicionamiento a causa de la incertidumbre.

Sin embargo, un 23% de las empresas sí han tenido problemas por esta causa. Mencionan una mayor prudencia a la hora de evaluar y decidir inversiones, así como el impacto cambiario.



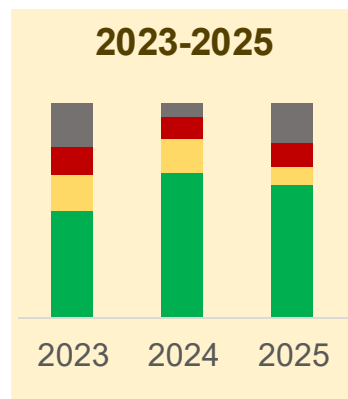
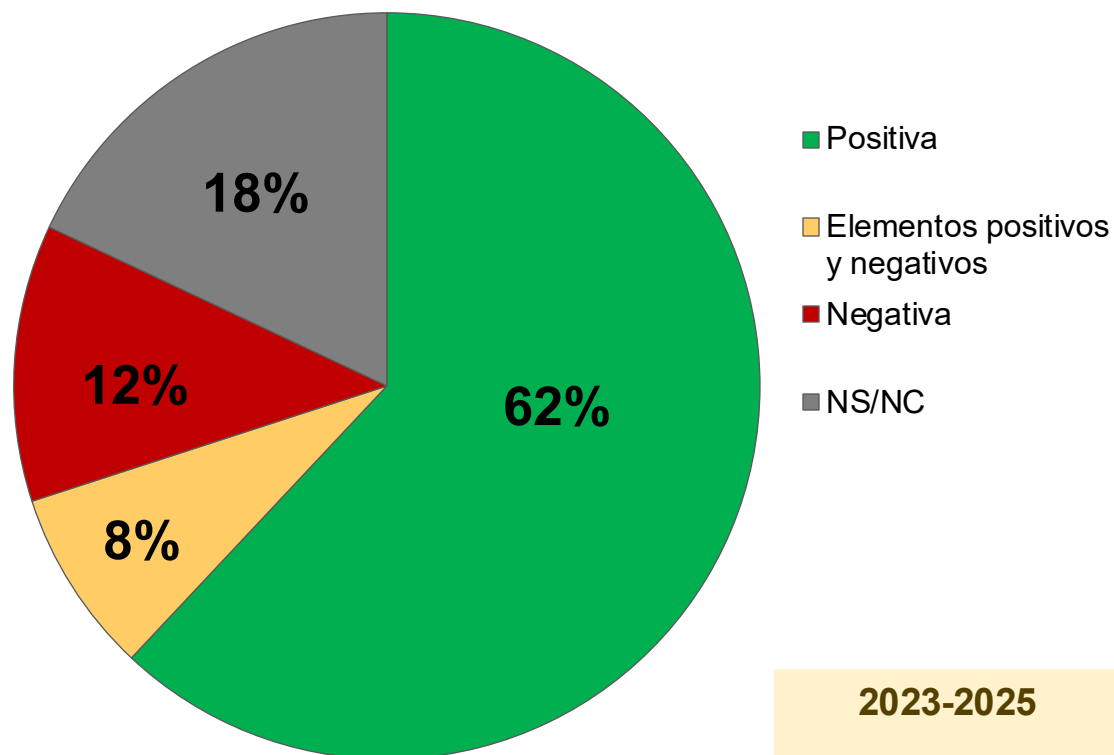


Preguntamos a las empresas colombianas si la histórica conexión cultural entre España y Latinoamérica había sido una ventaja en sus relaciones con España.

El 94% de los encuestados es positivo con respecto a esa **ventaja**. Las respuestas destacan, sobre todo, el idioma común.

Este dato señala la enorme diferencia que para una empresa colombiana puede suponer trabajar con el mercado español con respecto a otros mercados europeos.

Percepción



Preguntamos sobre la imagen de las empresas colombianas en España.

La percepción mayoritaria (62% de los encuestados) que tienen las empresas de Colombia es que su **reputación en España es positiva**. Además destacan que está mejorando, y que cada vez son consideradas más serias y profesionales.

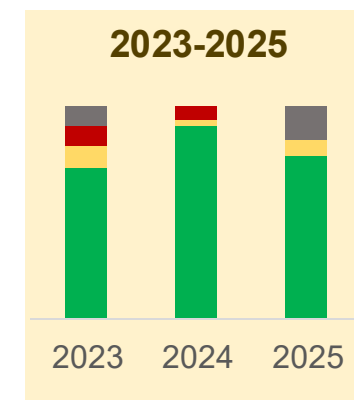
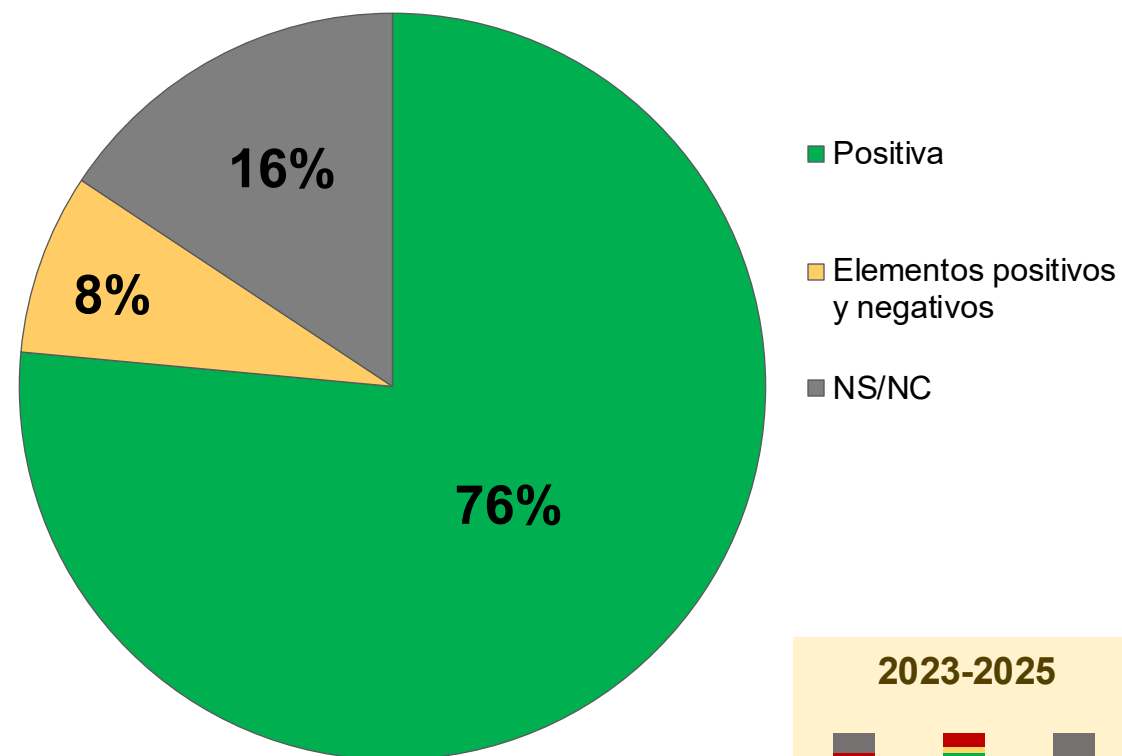
Son minoría los encuestados que destacan algún aspecto negativo. Destaca el desconocimiento como explicación de esto.

La tendencia desde 2023 es coherente con esta mejora paulatina de la reputación.

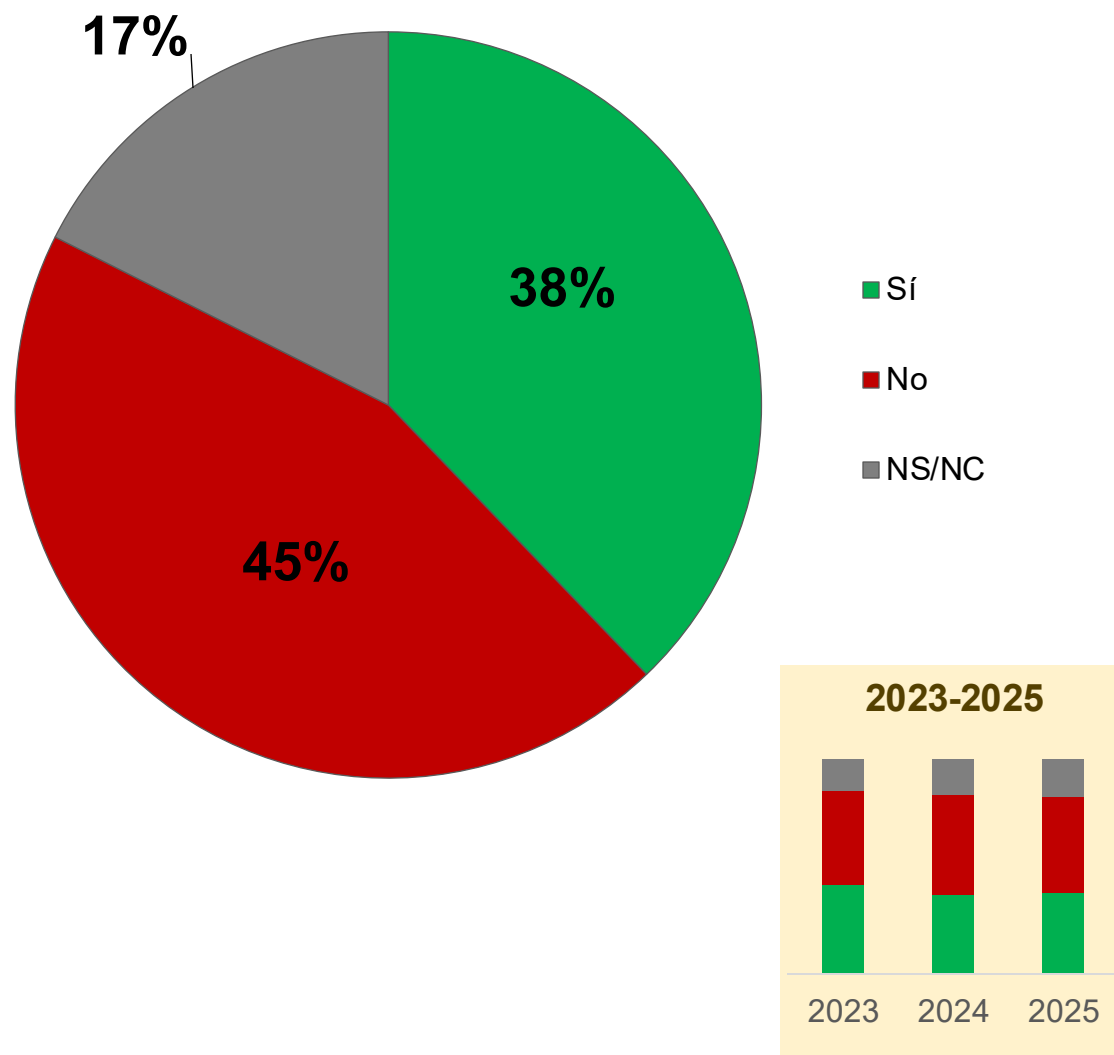
Preguntamos por la percepción que las empresas colombianas tienen, en general, sobre el mercado español.

La **percepción positiva del mercado español** es tremendamente mayoritaria, un 76% de las respuestas, junto a un 8% que observan aspectos mixtos, y un 16% que no contestaron.

Entre los **aspectos positivos**, los encuestados destacan que España es un mercado grande, puerta de entrada a Europa, idioma común, profesionalidad y empresas españolas en Colombia. Los aspectos negativos mencionados son la mala imagen de algunos sectores y dificultades de entrada.



Sostenibilidad



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

El 38% de los encuestados indicaron tener una estrategia de sostenibilidad, el 45% no tenerla.

Esto puede indicar una capacidad limitada, en general, por parte de las empresas colombianas en lo que se refiere a sostenibilidad, que se manifiesta en las que acuden al mercado español.

Las cifras han sido muy estables en las tres encuestas.

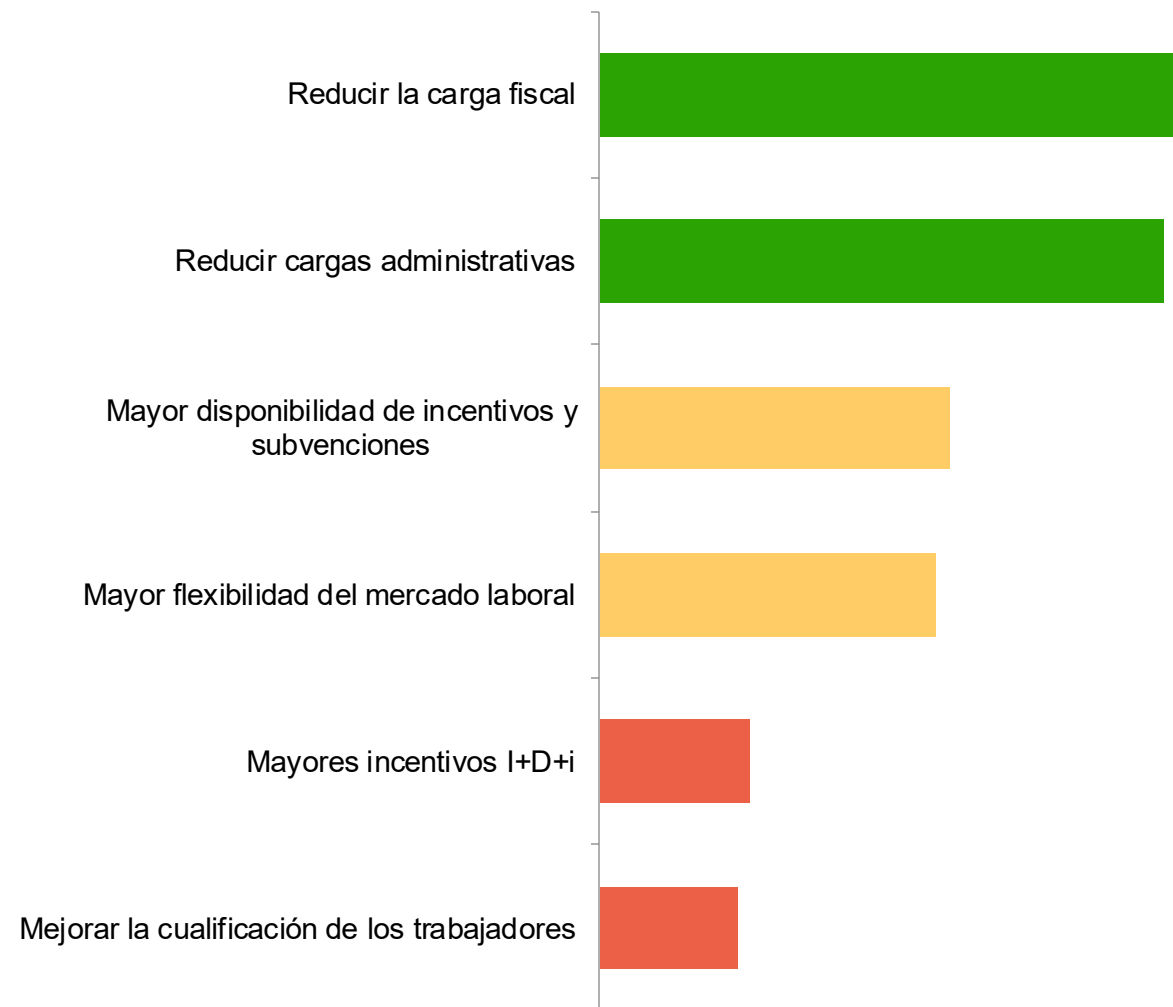
Valoración de reformas

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 ampliar incentivos y subvenciones serían las reformas más valoradas.

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

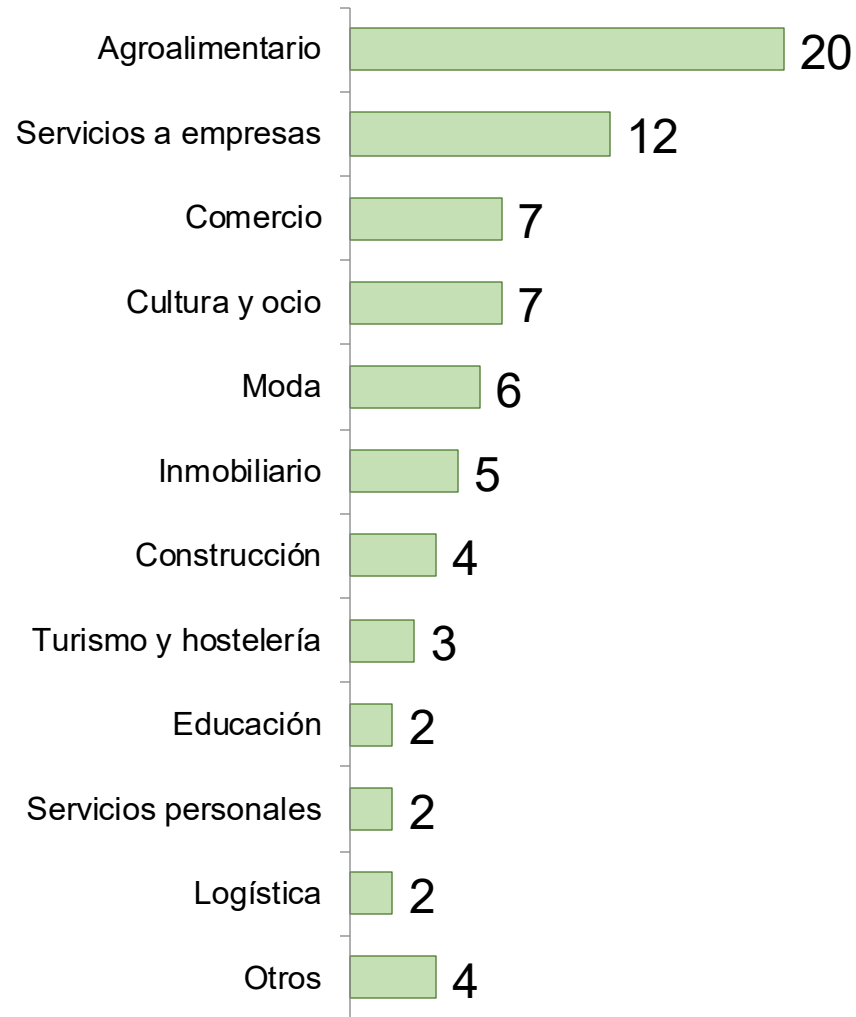
El orden de las reformas preferidas es el mismo que en la encuesta de 2024.



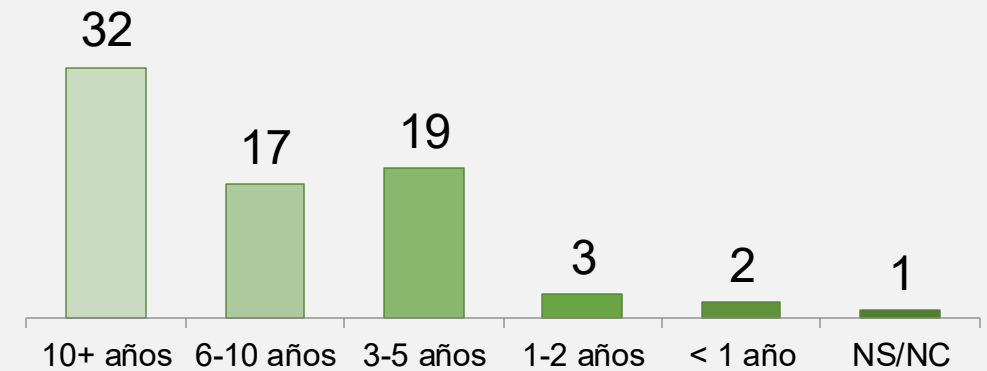
Las reformas están ordenadas por preferencia, ponderando por el orden que ha dado cada encuestado.

Muestra

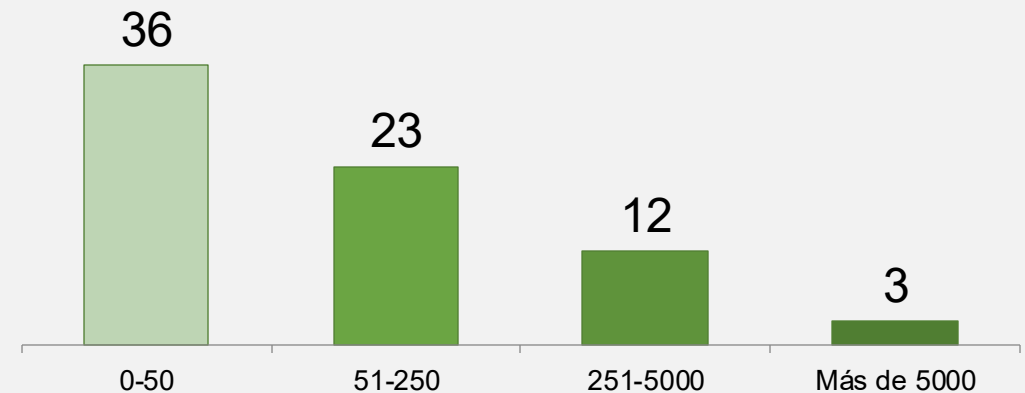
Sectores de empresas encuestadas



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.camaras.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 requerido obligatoriamente 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	20-5-2025
Fecha de fin	16-7-2025
Medio	Formulario online
Empresas contactadas	Sobre España 290
	Sobre Colombia 739
Número total de respuestas válidas	Sobre España 74
	Sobre Colombia 75