

# Kolombiya Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü

Haziran 2019

# KOLOMBİYA



## Genel Ekonomik ve Demografik Göstergeler

<b>Nüfus</b>	50.382.000 (IMF, 2019 tahmini)
<b>Dil</b>	İspanyolca, İngilizce
<b>Yüzölçümü</b>	1.141.748 km <sup>2</sup>
<b>Başkent</b>	Bogota
<b>Para Birimi</b>	Kolombiya Pezосу (COP) 1 USD = 3.235 COP 1 TL = 542 COP
<b>Başlıca Şehirler</b>	Bogota, Cal, Medellin, Barranquilla
<b>GSYİH</b>	336.599.000.000 (IMF, 2019 tahmini)
<b>GSYİH Büyüme Hızı</b>	%3,54 (IMF, 2019 tahmini)
<b>Kişi Başına Düşen Milli Gelir</b>	6.681 (IMF, 2019 tahmini)
<b>Enflasyon</b>	% 3.24 (2018)
<b>İhracat</b>	41.769.699.000 (2018)
<b>İthalat</b>	51.232.805.000 (2018)

**Kaynak:** Ekonomi Bakanlığı, Trademap, Statista.com

Kolombiya, Orta ve Güney Amerika arasında bir bağlantı noktası olması dolayısıyla stratejik bir konuma sahiptir. Yüzölçümü bakımından Latin Amerika ülkeleri arasında 5. büyük ülke olan Kolombiya'nın Pasifik Okyanusu'na ve Karayip Denizi'ne kıyısı bulunmaktadır. Sınır komşuları Panama, Ekvator, Peru, Venezuela ve Brezilya'dır.

## NÜFUS

Yaklaşık 46,7 milyon nüfusu ile Kolombiya, Latin Amerika’da ise Brezilya ve Meksika’nın ardından en fazla nüfusa sahip 3. ülkedir. Nüfus artış hızı %1, yaş ortalaması 29,3’tür. Nüfusun %24,9’u 0-14 yaş arasında, %68,1’i 15-64 yaş arasında, %6,9’u ise 65 yaş ve üzerindedir. 30 yaşın altındaki nüfusun oranı da %55’tir.

Kolombiya’nın resmi dili İspanyolca olup, Kolombiya dünyada İspanyolca konuşan nüfus açısından Meksika’nın ardından 2. ülkedir. Okur-yazarlık oranı %94,7’dir. Nüfusun %76,4’ü kentlerde yaşamaktadır. Ülkeye ilk gelen Avrupalı göçmenler İspanyollar olup, diğer Avrupa ülkelerinden (İtalya, Almanya, Fransa, İsveç, Polonya ve Rusya gibi) ve Venezuela’dan da göçler yaşanmıştır.

Kolombiya, 23,7 milyon civarındaki toplam işgücü ile dünyada 28. sıradadır. İşgücünün %17’si tarım, %21’i sanayi ve %62’si hizmetler sektöründe istihdam edilmektedir. Nüfusun %33’ü yoksulluk sınırının altında yaşamaktadır. İşsizlik oranı ise %9,1 seviyesindedir.

Kolombiya, “International Institute for Management Development” tarafından yapılan bir çalışmada 2010 yılında bölgede kalifiye işgücü açısından 2. sırada gösterilmiştir. İşçi-işveren ilişkileri genelde sorunsuzdur ve şirket faaliyetlerine engel oluşturmayacak şekilde düzenlenmiştir. Price Water House Coopers tarafından 2009 yılında yapılan bir çalışmaya göre de Kolombiya, Güney Amerika’nın en üretken işgücüne sahip ve çalışma saatlerinin en uzun olduğu ülkesidir. Kolombiya aynı zamanda, Latin Amerika’da en iyi üniversite eğitimi hizmeti verilen 3. ülkedir (IMD).

## SIYASİ VE İDARİ YAPI

20 Temmuz 1810 tarihinde bağımsızlığını kazanan Kolombiya’da Devlet Başkanlığı görevini 25 Mayıs 2014 tarihinden bu yana Juan Manuel Santos Calderon yürütmektedir. Devlet Başkanı, hem hükümetin hem de devletin başında olup, görev süresi 4 yıldır. Yasama kanadı olan Kongre, Senato (102 üye) ve Temsilciler Meclisi (166 üye) olmak üzere iki kamaralıdır. Ülkede bir sonraki seçimler 2018 yılında gerçekleştirilecektir. Ülke, idari açıdan 32 eyalet ve 6 ana bölgeden (Karayipler, Pasifik, Andean, Orinoquia, Amazon ve Adalar) oluşmaktadır.

## EKONOMİK YAPI

Kolombiya, Latin Amerika’nın 4. dünyanın 40. büyük ekonomisidir. Artan siyasi ve ekonomik istikrar ve güvenlik koşullarındaki iyileşme, Kolombiya’yı yabancı yatırımcılar için tercih edilen bir ülke haline getirmiştir. Finans sektörünün serbestleştirilmesinde, vergi toplama sisteminde ve istihdamda (fazla mesai ücreti ve kıdem tazminatı gibi) reformlar yapılmıştır. Petrol endüstrisini canlandırmak amacıyla devlete ait olan petrol şirketi ECOPETROL kısmen özelleştirilmiştir. Petrol ve madencilik dışındaki sektörlerde (otel, çağrı merkezi ve serbest bölgeler gibi) yatırım çekilmesi

için çeşitli politikalar yürütülmektedir. Portföy yatırımlarının ülkede en az 1 sene kalması şartı aranmaktadır. Yalnızca birkaç sektör devletin kontrolündedir.

Ülkenin başlıca tarım ürünleri kahve, kesme çiçek, muz, pirinç, tütün, mısır, şeker kamışı, kakao, yağlı tohumlar ve sebzedir. Ormancılık ve balıkçılık da gelişmiştir. GSYİH'nin %12'sini oluşturan ve işgücünün %13'üne istihdam sağlayan imalat sanayi, Medellin, Bogota, Cali ve Barranquilla kentlerinin çevresinde yoğunlaşmıştır. Sektöre büyük şirketler hakimdir. Başlıca sanayi dalları tekstil (yerel pamuk ve yün içerikli), hazır giyim ve ayakkabı, gıda işleme, tütün, demir ve çelik (bir kısmı yerel içerikli), madencilik ürünleri, otomobil montajı, kimyasallar, petrol işleme ve petrokimyadır. Geleneksel olmayan ihraç ürünlerinin ihracattaki payı ise son yıllarda artmaktadır. Hizmetler sektörü GSYİH'nin %56'sını oluşturmaktadır. Bankacılık sisteminde son yıllarda özelleştirmeler yaşanmıştır. Hali hazırda devlete ait yalnızca bir banka bulunmaktadır. Perakende sektörünün, artan iç talep ve satın alma gücüne paralel olarak ekonomik büyümeye katkısı giderek artmaktadır. Havaalanlarının yenilenmesi ve yeni havaalanı inşaatı ile ilgili projelerin yanı sıra; turizm altyapısının (temalı parklar, iskele, kongre salonu vb) iyileştirilmesine yönelik gündemde olan projeler de büyümeyi desteklemektedir.

## **EKONOMİ POLİTİKALARI**

Kolombiya, özellikle 1990-1994 yılları arasındaki liberalleşme politikaları sonucunda gerçekleştirilen gümrük indirimleri, finansal düzenlemeler, özelleştirme ve liberal döviz kuru politikası gibi adımlarla bir serbest piyasa ekonomisi haline gelmiştir. Bu politikalar, ithalatın önündeki engelleri azaltmış ve hemen hemen bütün sektörleri dış yatırıma açmıştır. Yatırım artışı, istikrarlı ekonomik büyümenin arkasındaki en önemli sebeptir. Petrol ve doğal gaz sektörlerindeki reformlar, istikrarlı para politikaları ve ANDEAN Ticareti Geliştirme ve Uyuşturucunun Ortadan Kaldırılması Anlaşması (ATPDEA) da ihracat artışına ve ekonomik büyümeye önemli katkı sağlamıştır.

Çin'in Kolombiya topraklarında Panama Kanalı'na rakip olarak bir raylı sistem projesi geliştirmesi sonrasında Çin'in bölgedeki artan faaliyetlerinden endişe duyan ABD hükümeti Kolombiya ile imzaladığı ancak 2006 yılından bu yana onaylamadığı ABD-Kolombiya Serbest Ticaret Anlaşması'nı nihayet 2011 yılında onaylamış, Anlaşma Mayıs 2012'de yürürlüğe girmiştir.

Nisan 2011'de ise Meksika, Şili, Kolombiya ve Peru aralarında bölgesel büyümeyi destekleyici, malların, hizmetlerin ve kişilerin serbest dolaşımı ile ticaretin serbestleştirilmesini öngören Pasifik İttifakı'nı imzalamışlardır. Yaklaşık 200 milyon nüfuslu, 2 trilyon Dolar GSYİH'ye ve 1 trilyon Dolar dış ticaret hacmine sahip bir alanı kapsayan bu Anlaşma ile söz konusu ülkeler arasında gerçekleştirilecek gümrük vergisi indirimleri sayesinde bölge içi ticaretin artması beklenmektedir.

## **EKONOMİK PERFORMANS**

Tarım, hayvancılık, bazı mineraller ve endüstriyel ürünler gibi geleneksel olmayan ürünlerin ihracatında son yıllarda artış kaydedilmektedir. Bu artışta küresel talebin yanı sıra Kolombiyalı ihracatçıların önceden Venezuela'ya sattıkları ürünler için ikame pazarlar bulma çabalarının etkisi büyüktür.

## **EKONOMİDE GELECEĞE YÖNELİK BEKLENTİLER**

İç talepteki artışa bağlı olarak perakende ve imalat sanayi sektörlerinde büyüme öngörülmektedir. Tekstil ve hazır giyim sektörlerinin küresel rekabetten etkileneceği; inşaat sektörünün büyük çaplı yatırım projeleri, artan madencilik ve enerji üretimi ve artan konut talebiyle destekleneceği; son yıllarda olumsuz hava koşulları sebebiyle azalan kahve üretiminde beklenen artışla tarım üretiminin de artacağı öngörülmekte, ancak güvenlik sorunları ve altyapı eksiklikleri nedeniyle tarımda hızlı bir büyüme beklenmemektedir. İç talepteki artış ve satın alma gücündeki iyileşme sayesinde perakende sektörünün de büyüyeceği öngörülmektedir.

2018 yılında Cari Fiyatlara göre, 333,1 milyar dolar olacağı tahmin edilen GSYİH'nın 2019 yılında 336,6 ve 2024 yılında 439,2 milyar dolar olması beklenmektedir. (IMF)

## **PAZAR İLE İLGİLİ BİLGİLER**

### **DAĞITIM KANALLARI**

Kolombiya pazarında, tüketicilere yönelik çok çeşitli satış kanalı ve dağıtım yöntemi mevcuttur. Dağıtım yöntemi olarak geleneksel mağazalara satış yapan toptancılardan, büyük mağaza ve hipermarketlere kadar uzanan geniş bir yelpaze söz konusudur. İthal edilen ürünler, özellikle de sermaye malı ve hammaddeler, distribütör ve acente aracılığıyla satılmaktadır. Daha az rastlanmakla birlikte, büyük yerel imalatçılar doğrudan ithalat yolunu da tercih edebilmektedir. Bazı büyük dağıtımçı, toptancı ve mağazalar da ABD başta olmak üzere yabancı ülkelerde satın alma ofisi veya depo açmakta ya da aracılardan kaçınmak için internet üzerinden satıcı ve üreticilerle bağlantı kurmaktadır.

Dünyanın farklı yerlerinden çok çeşitli ürün Kolombiya pazarında makul fiyatlarla bulunabilmektedir. Kaçak mallar ve düşük faturalandırma hala önemli bir sorun olup, bu konuda ilerleme kaydedilmektedir. Serbest bölgeler ve antrepolar, daha çok ihracata yönelik malların ithalatı ve ihracat ürünlerinin işlenmesi için kullanılmaktadır. Gümrük işlemlerinin elektronik hale getirilmesi (MUISCA) ile bu sorunların da önüne geçilmesi beklenmektedir.

Kolombiya kanunları yabancı firmaların özel sektör satışlarında yerel bir temsilci ile çalışmalarını zorunlu kılmamakla birlikte, Kolombiyalı şirketlerin çoğu satış sonrası servis gibi nedenlerle ülkede temsilciliği olan yabancı şirketlerle iş yapmayı tercih etmektedir. Kolombiya pazarına girişte bir acente ya da temsilci veya distribütör ile çalışılmasında fayda vardır. Pazarlama, eğitim, numune, yedek parça, satış sonrası servis gibi konularda acentenin desteklenmesi ve sıkça ziyaret edilmesi de önemlidir.

Acente, temsilcilik ya da distribütör ile çalışmak isteyen şirketlerin öncelikle Kolombiya Ticaret Kanunu'na uygun şekilde sözleşme imzalaması, daha sonra da acente/temsilci/distribütörün bağlı olduğu Ticaret Odası'na kayıt yaptırması gerekmektedir. Acente ya da temsilci yabancı şirket ile yasal bağa sahip olup onun adına sözleşme imzalama gibi işlemleri yapabilmekte, atanmış distribütör ise bağımsız hareket hakkına sahip olup ürünü yabancı şirketten satın aldıktan sonra riski de üstlenerek yurt içinde satmaktadır.

## **TÜKETİM PİYASASI, TÜKETİCİ TERCİHLERİ VE TÜKETİM HARCAMALARI**

Kolombiya Latin Amerika'daki en fazla nüfusa sahip 3. ülkedir. Tüketim harcamaları ise son 5 yılda neredeyse 2 katına çıkmıştır. Tüketici profili incelendiğinde özellikle son yıllarda nüfusun yarısından fazlasının ekonomik olarak aktif olduğu ve bunun da dörtte birinin perakende satışlar açısından önemli olan çalışan, orta yaş altı kesim olduğu görülmektedir. 2020 yılında orta sınıfın toplam nüfusa oranının %37'ye ulaşacağı tahmin edilmektedir. Kadınlar da son yıllarda çalışma yaşamında aktif rol almakta, alışverişe ayrılan süre giderek kısalmakta, katalog, telefon ve web üzerinden siparişler yaygınlaşmakta ve kredi kartı kullanımını artmaktadır.

Kalite, karlılık, fonksiyonellik ve maliyet, Kolombiyalı tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen unsurlardır. Satış sonrası servis imkanı, satın alma kararını etkilemekte ve tüketicilerin bağlılığını artırmaktadır.

Gıda ürünlerinde ise Kolombiyalı tüketiciler kalite ve sosyal statü ile ilişkilendirilen marka tanınmışlığı, güvenilir ve yeterli bilgi sunulması (porsiyon sayısı, beslenme değeri, son kullanma tarihi vb), çekici ve renkli ambalaj (özellikle çocuklara yönelik gıda ürünlerinde) gibi faktörlere dikkat etmektedir. Bu bilgilerin İspanyolca dilinde sunulması gerekmektedir.

Şehirli nüfusun toplam nüfus içindeki payının artmasıyla birlikte yiyecek-içecek satışlarında artış beklenmektedir. Hipermarket ve ekspres satış mağazalarının giderek daha fazla önem kazanacağı düşünülmektedir. Gıda harcamaları içinde en fazla artış kaydeden ürün grubu sebze, yağlar, et ve meyvedir. Bu durum, Kolombiyalıların sağlıklı beslenmeye giderek daha çok önem verdiğini göstermektedir.

Alkollü içecekler içinde ise bira tüketiminin hızla arttığı görülmektedir. Ülkedeki bira üretimi çokuluslu SABmiller şirketinin sahip olduğu Bavaria'nın elindedir. Şirket, Club Colombia, Pilsen, Poker,

Costeña, Aguila ve Aguila Light gibi markaların üretimini yapmaktadır. Son yıllarda, yüksek gelir seviyesindeki tüketicilere yönelik olarak İtalyan birası olan Peroni'yi ithal etmeye başlamıştır.

Dayanıklı tüketim mallarında ve yarı-dayanıklı tüketim mallarındaki artışın, hızlı tüketim mallarına göre daha düşük seyretmesi beklenmektedir. Tüketici elektroniğinde de satışların artması beklenmektedir.

Kolombiyalıların giyim ve ayakkabı harcamaları ise küresel krizin yol açtığı tasarruf eğilimi, Çin menşeli ürünlerin pazara girmesiyle fiyatların düşmesi ve yükselen kalitenin daha uzun aralıklarla ürün yenileme ihtiyacı doğurması gibi faktörler nedeniyle azalmıştır. Bununla beraber, giyim ve ayakkabı sektörü Kolombiya ekonomisinin en dinamik sektörlerinden biridir. Kolombiya son yıllarda, önemli moda etkinliklerine ev sahipliği yaparak Latin Amerika moda dünyasının merkezlerinden biri haline gelmiştir.

## **REKLAM, PROMOSYON VE SATIŞ TEKNİKLERİ**

Kolombiya pazarında yeni tüketim mallarını tanıtabilmek için yaygın bir tanıtım kampanyası yürütülmesi gerekmektedir. Medyada yayımlanan reklamlar, makaleler, radyo ve televizyon, gazeteler, dergiler, ticari dergiler ve internet reklamları tanıtım için etkin yöntemlerdir. Kolombiya'da yaklaşık 30 adet önemli gazete yayımlanmakta olup, özellikle büyük şehirlerde en etkili tanıtım yöntemi gazete reklamıdır. Ayrıca yine çok sayıda ticaret ve iş dergisi, ulusal/bölgesel televizyon ve radyo kanalı mevcuttur. Sanayi ve ticaret birliklerinin de düzenli olarak yayınladıkları bülten ve dergiler bulunmaktadır.

Bazı şirketler ve süpermarketler yeni ürünlerin tanıtımı için çekiliş, indirim kuponları, tadım standları gibi yöntemler uygulamaktadır. Özel günlerdeki promosyonel satışlar ve kampanyalar da Kolombiyalı tüketicinin ilgisini çekmektedir. İnternet kullanımının artması ile birlikte e-ticaret yaygınlaşmakta, katalog ve TV satışları da artmaktadır.

## **AMBALAJ, PAKETLEME VE ETİKETLEME**

Gıda, eczacılık ve tekstil ürünleri haricindeki ürünler için özel bir etiketleme kuralı bulunmamaktadır. İşlenmiş gıda ürünlerinin etiketinde ürünün adı, miktar ağırlığına göre içerik bilgileri, imalatçının ve ithalatçının adı ve adresi, menşe, birim sayısı, saklama ve kullanma (gerektiğinde) bilgileri, son kullanma tarihi ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı ya da Ticaret Bakanlığı tarafından gerekli görülen diğer bilgiler belirtilmelidir. Etiket ve şekiller hatalı veya yanıltıcı olmamalıdır.

İlaçların üzerinde İspanyolca “medikal, dental ve veteriner reçete ile satılabilir” yazılması, ayrıca ürünün jenerik adı, ticari adı, net ağırlığı/hacmi, bileşimindeki aktif maddelerin ağırlığı/miktarı,

lisans numarası ve parça numarası da belirtilmesi gerekmektedir. Raf ömrü kısıtlı olan ürünlerin son kullanma tarihi de belirtilmelidir.

Haşarat ilaçları ve diğer toksik ürünlerin üzerine kurukafa ve çarpaz kemik resmi ile birlikte zehir kelimesinin İspanyolca dilindeki karşılığının yazılması zorunludur. Kullanma talimatı ve panzehir bilgileri de belirtilmelidir. Panzehiri olmayan ürünlere lisans verilmemekte, bu ürünler yalnızca kamu sağlığı otoritelerinin doğrudan kontrolü altında kullanılabilir.

Alkollü ve sert içkilerde hem yerel hem de uluslararası firmalar açısından pek çok karmaşık ve çelişkili düzenleme mevcuttur. Dondurulmuş sebzelerde ve yaş meyve-sebze etikette menşe bilgisi zorunlu değildir. İşlenmiş gıdalar için etiketleme kurallarında, ürünün muhteviyatındaki maddelerin menşesine ilişkin bir düzenleme bulunmadığından, eğer ülkeye ithal edilen ürün iki farklı ülke menşeli sebze vs içeriyorsa, etikette yalnızca ürünün işleyen firmanın isim ve adres bilgisinin ve ürünün üretildiği ülke bilgisinin gösterilmesi yeterlidir.

İşlenmiş ithal gıda ürünlerinde etiket ile ilgili işlemlerin perakende satışa sunulmadan tamamlanmış olması gereklidir. Bu sorunluluk ithalatçının olup, ithalatçıların çoğu etiketleme ile ilgili düzenlemelerin menşe ülkede ihracatçı tarafından yapılarak ürünün gönderilmesini talep etmektedir.

## **TİCARETİ ETKİLEYEN KÜLTÜREL FAKTÖRLER**

Kolombiya'nın resmi dili İspanyolca olmakla birlikte, ülkede uluslararası şirketlerin yaygın olması sebebiyle İngilizce de yaygın olarak kullanılmaktadır. Ancak toplantılarda ve fuar gibi etkinliklerde İspanyolca'ya hâkim personel ya da tercüman bulundurulması ve tanıtım materyallerinin İspanyolca dilinde de hazırlanması tavsiye edilmektedir. Kolombiya'da iş yapma maliyeti diğer Latin Amerika ülkelerine kıyasla yüksek olup, ABD ve Avrupa ülkelerine yakındır. Santos Hükümeti, ülkenin altyapısının geliştirilmesi, modern bir yatırım ortamı yaratılması ve operasyon maliyetlerinin düşürülmesine öncelik vermektedir.

İş ziyaretlerinin çoğu başlıca büyük şehirlere (Barranquilla, Bogota, Cali, Cartagena ve Medellin) yapılmaktadır. Petrol alanları ve madenlere yapılacak ziyaretlerde güvenlik koşullarına dikkat edilmelidir. Kolombiya'da bölgeler arası farklılıklar yüksektir. Ülkenin kıyı kesimlerinde yaşayanlar daha rahat ve açık bir iletişim tarzına sahiptir. Kolombiyalıların iş ciddiyeti oldukça yüksektir. İki ülkenin birbirine yakın olması, ülkede çok sayıda Amerikan kökenli şirketin uzun süredir faaliyet göstermesi, pek çok Kolombiyalı'nın ABD'de eğitim görmesi veya çalışması ve tatil/iş amaçlı sıklıkla ABD'ye yolculuk etmesi nedeniyle çalışma alışkanlıkları ve iş etiği açısından Kolombiyalılar ABD ile benzerlik göstermektedir.

Kolombiya iş hayatında genel olarak resmiyet, nezaket ve yardımseverlik hakimdir. İspanyolca konuşulması Kolombiyalı iş adamlarınca takdirle karşılanmaktadır. Bir odaya girildiğinde ve



ayrılırken el sıkışılması beklenir. Sosyal statülerin farkında olunması ve bu statülere önem veriliyor olunması sebebiyle, ünvanların takdimi ve ünvanlarla hitap edilmesi gerekmektedir. Toplantılar, yavaş ve uzun istişarelerle geçebilir. Bir hafta önceden randevu almadan toplantı organize edilebilmesi zordur. İş toplantılarında takım elbise giyilmesi beklenmektedir. Yemekli toplantılar, kokteyller ve resepsiyonlarda da ortaklık ya da sözleşme konuları görüşülebilmektedir.

Kolombiyalılar iş yapmadan önce muhataplarını kişisel olarak tanımaya da önem vermektedir. Bu bakımdan, belli bir seviyede şahsi ilişkilerin kurulması da avantaj sağlayabilmektedir. Gülyüzlü olmak ve iş dışındaki önemli ve güncel konulardan da konuşabilmek, Kolombiyalılarla güvenli bir ilişkinin başlamasında yardımcı olacaktır. Nitekim Kolombiya, kişisel ilişkiler ve güvenin önemli olduğu bir pazardır.

## **DIŞ TİCARET**

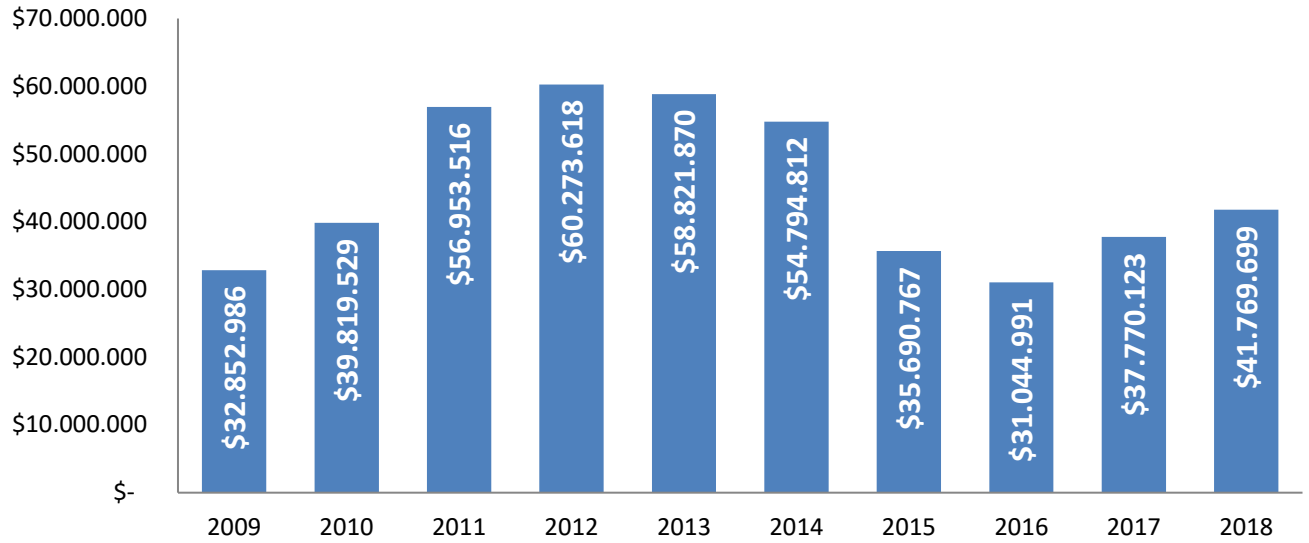
### **GENEL DURUM**

Kolombiya'nın son dönemdeki dış ticaret verilerine bakıldığında, ihracatın 2009 – 2012 yılları arasında düzenli bir yükselme grafiği çizdiği ve %83,5 büyüme gösterdiği, 2012 yılından sonra ise eğimin tersine döndüğü ve ihracatın 2016 yılına kadar %48,5 düzeyinde daralma yaşandığı, 2017 yılından itibaren ise ihracatın tekrar yönünü yukarıya döndürdüğü ve ülkenin ihracatının %44,2 artarak 2018 yılında 41.7 milyar Dolara yükseldiği görülmektedir. 2009 yılında 32,9 milyar Dolar olarak gerçekleşen ithalat ise 2014 yılına kadar yükselme trendi izlemiş ve toplamda %94,6 'lık bir büyüme ile 64 milyar Dolara olarak gerçekleşmiştir. 2014 yılından sonra düşüşe geçen ithalat 2016 yılında 44,8 milya Dolara gerileyerek toplamda %30'luk bir daralma göstermiştir. Bu noktadan sonra tekrar yükseliş gösteren ithalat, 2018 yılında 51,2 milyar dolar düzeyine yükselmiş ve 2016 yılından bu yıla 14,3 büyüme göstermiştir. 2018 yılında Kolombiya'nın dış ticaret açığı 9.5 milyar Dolar düzeyinde gerçekleşmiştir.

### **İHRACAT**

Kolombiya, 2009 yılında 32,8 milyar US\$ ihracat gerçekleştirmiştir. 2013 yılında ise 58,8 milyar US\$ ihracat gerçekleştirerek 2009-2013 yılları döneminde %79 büyüme sağlamıştır. 2018 yılında 41,8 milyar US\$ lık ihracat rakamına gerileyen Kolombiya, son 5 yıllık dönemde %29 daralma göstermiştir.

## Yıllara Göre Kolombiya'nın İhracatı (1000 US\$)



Kaynak: Trademap

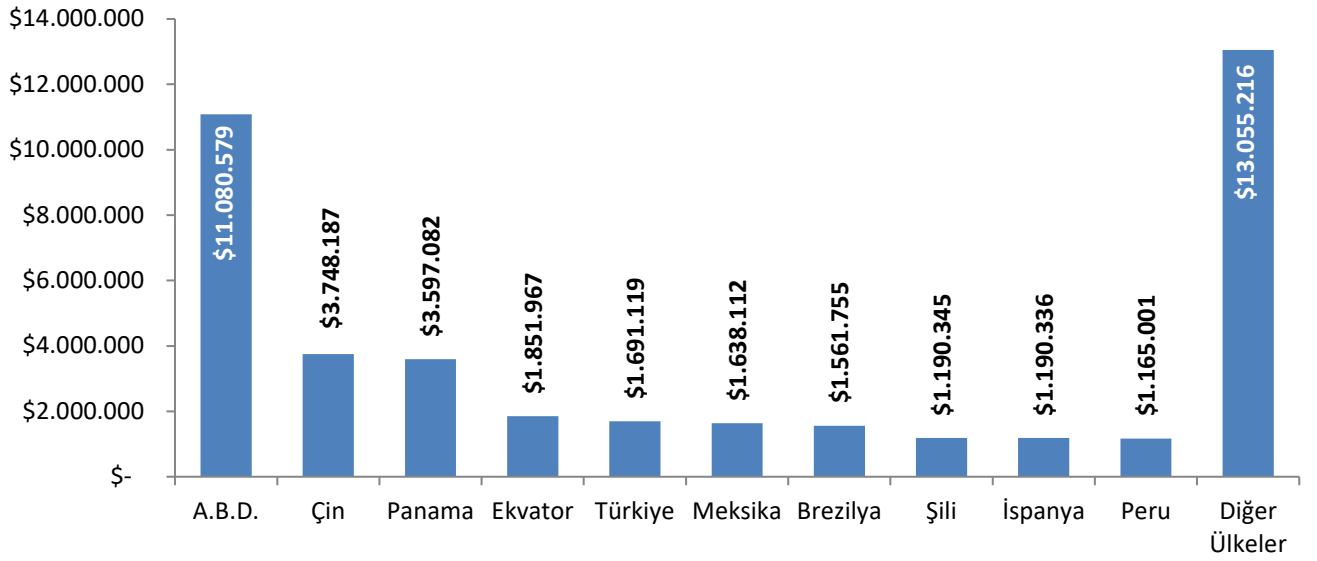
## Kolombiya'nın ihracatındaki ilk 10 Ürün (2018, 1000 US\$)

Sektör / Ürün	2018 Yılı İhracat Değeri (1000 USD \$)
'27 Mineral yakıtlar, yağlar, damıtma ürünleri, vb	24.163.057
'09 Kahve, Çay, Paraguay Çayı ve Baharat	2.348.746
'71 Tabii veya kültür inciler, kıymetli veya yarı kıymetli taşlar vb	1.632.636
'39 Plastik ve mamülleri	1.532.967
'06 Canlı Ağaçlar Ve Diğer Bitkiler; Yumrular, Kökler ve Benzerleri; Kesme Çiçekler ve Süs Yaprakları	1.477.877
'08 Yenilen Meyveler ve Yenilen Sert Kabuklu Meyveler; Turunçgillerin Ve Kavun Ve Karpuzların Kabukları	1.057.841
'72 Demir ve Çelik	650.785
'87 Demiryolu, tramvay dışındaki araçlar	645.700
'15 Hayvansal veya Bitkisel Katı ve Sıvı Yağlar ve Bunların Parçalanma Ürünleri; Hazır Yemeklik Katı Yağlar; Hayvansal veya Bitkisel Mumlar	623.021
'17 Şeker ve Şeker Mamulleri Diğerleri	518.266
<b>TOPLAM</b>	<b>41.769.699</b>

Kaynak: Trademap

Kolombiya'nın, 2018 yılında gerçekleştirdiği 41,8 milyar US\$ lık ihracatın en büyük bölümünü "Mineral yakıtlar, yağlar, damıtma ürünleri, vb" almaktadır ve toplam ihracattan aldığı %57,8 'lik pay ile ilk sırada bulunmaktadır. Son 5 yıllık döneme baktığımızda ise ilk 10'da bulunan ürünlerden "Hayvansal veya Bitkisel Katı ve Sıvı Yağlar ve Bunların Parçalanma Ürünleri; Hazır Yemeklik Katı Yağlar; Hayvansal veya Bitkisel Mumlar" %79,1 'lik artış ile en fazla artış gösteren ürün grubu olmuştur

## Kolombiya'nın İhracatı ve Ülkelere göre Dağılımı (2018, 1000US\$)



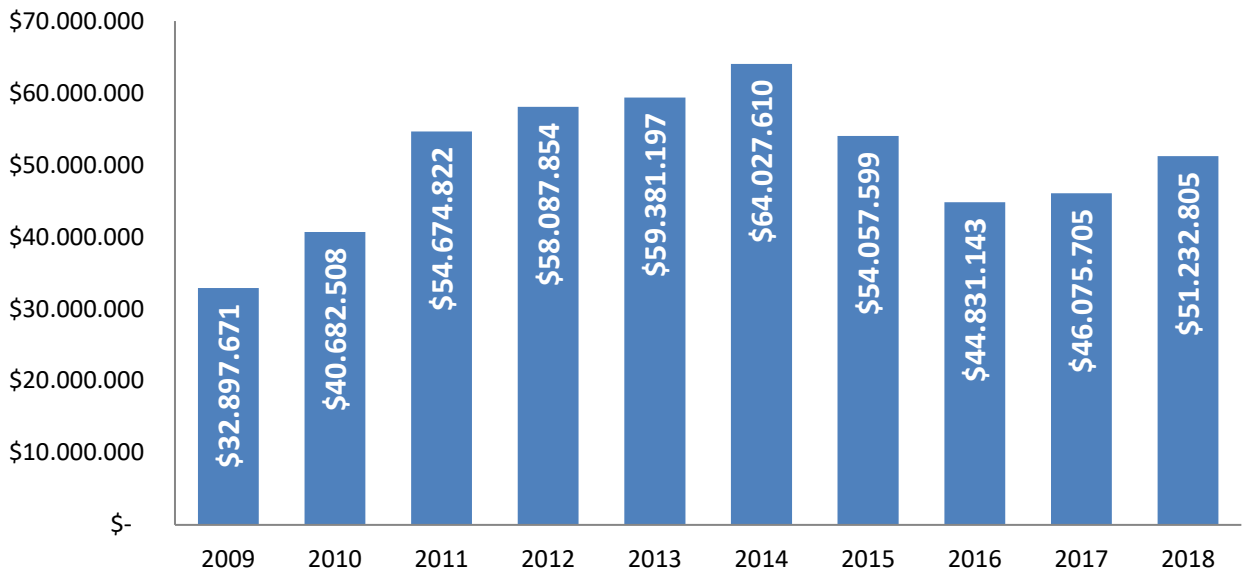
Kaynak: Trademap

2018 yılında ihracat rakamları ve ülkeler dağılımına göre yapılan grafikten de anlaşılacağı üzere Kolombiya'nın ihracatında ilk sırayı ABD almaktadır. Kolombiya'nın ihracatında ABD'yi Çin ve Panama birbirine yakın rakamlarla takip etmektedir. Türkiye Kolombiya'nın ihracat yaptığı pazarlar arasında büyüklük bakımından 5. sırada yer almaktadır.

## İTHALAT

2009 yılında 32,9 milyar dolar olan ithalat, 2013 yılında 59,4 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Trademap.com verilerine göre 2018 yılında bu rakam 51,2 milyar dolara gerilemiştir.

## Yıllara Göre Kolombiya'nın İthalatı (1000 US\$)



Kaynak: Trademap

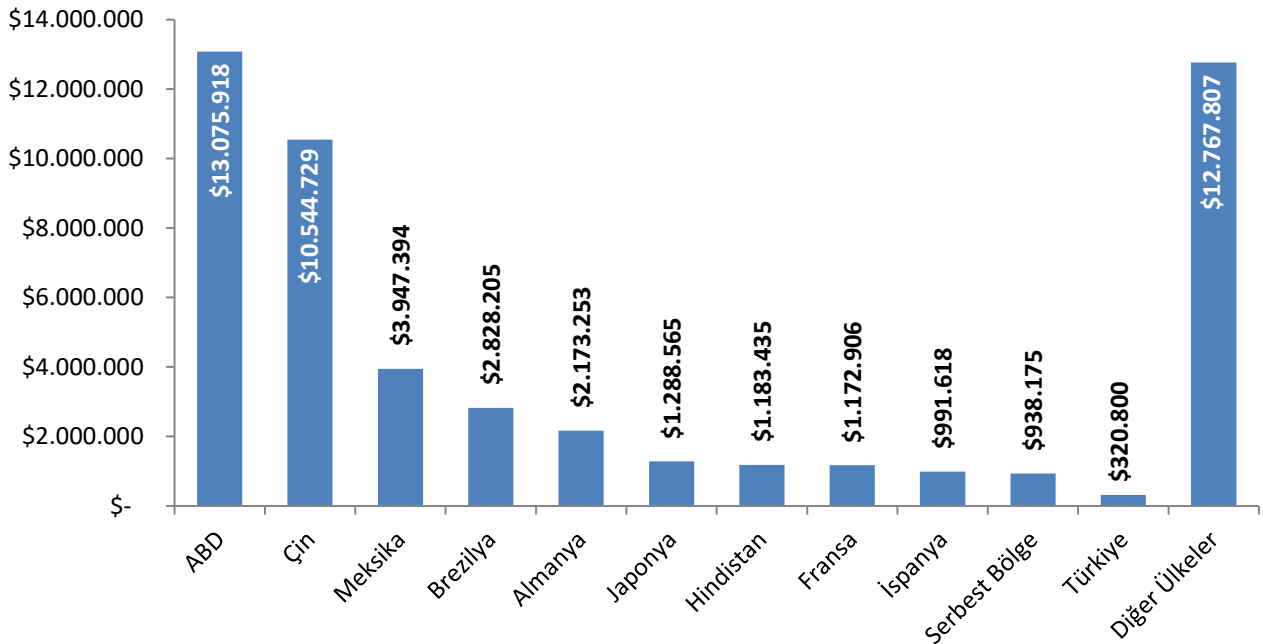
## Kolombiya'nın İthalatında ilk 10 ürün (2018, 1000 US\$)

Sektör / Ürün	2018 Yılı İthalat Değeri
'84 Makine, nükleer reaktörler, kazanlar, vb	5.812.878
'85 Elektrik, elektronik cihazlar	5.783.608
'87 Demiryolu, tramvay dışındaki araçlar	4.341.840
'27 Mineral yakıtlar, yağlar, damıtma ürünleri, vb	3.535.361
'39 Plastik ve mamülleri	2.506.143
'30 Eczacılık Ürünleri	2.394.105
'29 Organik Kimyasal Ürünler	2.284.566
'72 Demir Ve Çelik	1.807.965
'10 Hububat	1.667.482
'90 Optik, fotoğraf, teknik, tıbbi, vb cihazlar Diğerleri	1.520.476 19.578.381
<b>TOPLAM</b>	<b>51.232.805</b>

Kaynak: Trademap

Kolombiya, 2018 yılında gerçekleştirdiği 51,2 milyar US\$ lık ithalatın en büyük bölümünü Makine, nükleer reaktörler, kazanlar, vb. almaktadır ve toplam ihracattan aldığı 11,3 pay ile ilk sırada bulunmaktadır. Son 5 yıllık döneme baktığımızda ise ilk 10'da bulunan ürünlerden Eczacılık ürünleri hariç tüm ürün gruplarında düşüş yaşandığı görülmektedir.

## Kolombiya'nın İthalatı ve Ükelere Göre Dağılımı (2018, 1000 US\$)

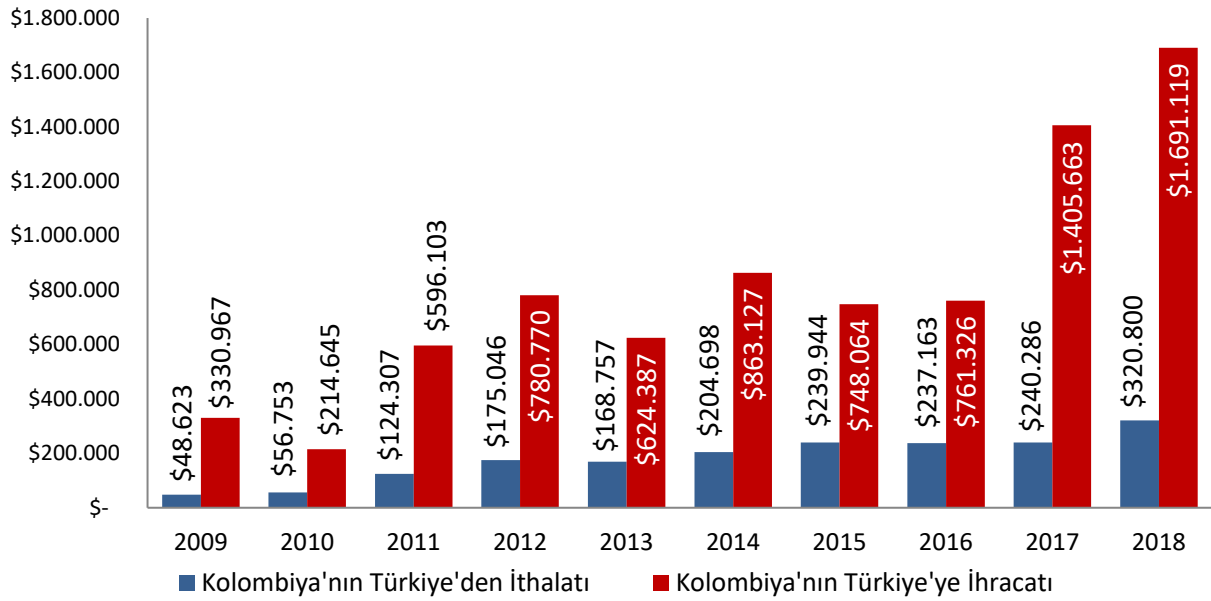


2017 yılında ithalat rakamları ve ülkeler dağılımına göre yapılan grafikten de anlaşılacağı üzere Kolombiya'nın ithalatında ilk sırayı ABD almaktadır. Kolombiya'nın ithalatında ABD'yi Çin ve Meksika takip etmektedir. Türkiye Hindistan'ın ihracat yaptığı pazarlar arasında büyüklük bakımından 25. sırada yer almaktadır.

## KOLOMBİYA – TÜRKİYE ARASINDAKİ TİCARET

Kolombiya ile yapılan ikili ticaret, son 10 yıllık dönemde artan bir şekilde Türkiye aleyhine açık vermektedir. 2018 yılında Kolombiya'ya ihracatımız bir önceki yıla göre %33,5 oranında artmış ve 320,1 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İthalatımız da bir önceki yıla göre %20,3 oranında artarak 1.7 Milyar dolar olmuştur. Dış ticaret dengesi aleyhimize gelişmiş ve dış ticaret açığımız 1.3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Açığın artmasında, ihracatımızdaki kısıtlı artışa karşılık ithalatımızda yaşanan özellikle mineral yakıtlara bağlı yüksek artış etkili olmuştur.

### Yıllara göre Kolombiya - Türkiye arasındaki ithalat ve ihracat rakamları (1000US\$)



### Kolombiya'nın Türkiye'den İthalat Yaptığı ilk 5 ürün (2018, 1.000US\$)

Fasıl	Açıklama	İthalat Değeri	Payı(%)
'72	Demir Ve Çelik	94.721	29,53
'25	Tuz; Kükürt; Topraklar Ve Taşlar; Alçılar, Kireçler ve Çimento	32.441	10,11
'28	Anorganik Kimyasallar; Kıymetli Metallerin, Radyoaktif Elementlerin; Nadir Toprak Metallerinin ve İzotoplarının Organik veya Anorganik Bileşikleri	22.595	7,04
'62	Örülmemiş Giyim Eşyası ve Aksesuarı	21.823	6,80
'84	Nükleer Reaktörler, Kazanlar, Makinalar, Mekanik Cihazlar ve Aletler; Bunların Aksam Ve Parçaları	20.814	6,49
	Diğer Ürünler	128.406	40,03
	<b>Toplam</b>	<b>320.800</b>	<b>100</b>

Kaynak: Trademap

## Kolombiya'nın Türkiye'ye İhracat Yaptığı ilk 5 ürün (2018, 1.000US\$)

Fasıl	Açıklama	İthalat Değeri	Payı(%)
'27	Mineral Yakıtlar, Mineral Yağlar Ve Bunların Damıtılmasından Elde Edilen Ürünler; Bitümenli Maddeler; Mineral Mumlar	1.668.871	98,68
'71	Tabii Veya Kültür İnciler, Kıymetli Veya Yarı Kıymetli Taşlar, Kıymetli Metaller, Kıymetli Metallerle Kaplama Metaller, Taklit Mücevher Eşyası; Metal Para	14.337	0,85
'09	Kahve, Çay, Paraguay Çayı Ve Baharat	2.576	0,15
'08	Yenilen Meyveler Ve Yenilen Sert Kabuklu Meyveler; Turunçgillerin Ve Kavun Ve Karpuzların Kabukları	1.156	0,07
'17	Şeker Ve Şeker Mamulleri	833	0,05
	Diğer Ürünler	3.346	0,20
	<b>Toplam</b>	<b>1.691.119</b>	<b>100</b>

Kaynak: Trademap

## KOLOMBİYA EV VE MUTFAK EŞYALARI İTHALATI

Kolombiya 2014 yılında 328 milyon US\$ ev ve mutfak eşyaları ithalatı yapmış olup, 2018 yılında bu değer 270,6 milyon US\$' a gerilemiştir. Bu 5 yıllık dönemde ev ve mutfak eşyaları ithalatında yaklaşık % 17,5 gerileme yaşanırken benzer şekilde aynı ürün grubunda Türkiye'den ithalatı %19.34 daralma göstermiştir.

### 5 Yıllık Kolombiya Ev ve Mutfak Eşyaları İthalatı ve Ülkelere Göre Dağılımı (1000 US\$)

No	Ülke	2014	2015	2016	2017	2018	2018 Payı (%)
0	Genel	328.205	274.281	223.972	233.753	270.647	100
1	Çin	209.237	171.541	137.087	145.653	175.044	64.68
2	Meksika	19.178	21.051	19.205	22.210	18.375	6.79
3	Ekvator	25.181	21.412	15.829	13.191	13.158	4.86
4	A.B.D.	17.201	13.911	10.340	10.203	11.558	4.27
5	Brezilya	8.121	6.878	7.769	6.195	8.622	3.19
6	İtalya	4.780	4.931	4.962	5.736	8.262	3.05
7	Peru	11.147	6.973	4.717	4.088	5.483	2.03
8	Tayvan	3.419	2.916	2.769	2.461	3.156	1.17
9	İspanya	2.354	1.624	1.572	1.839	3.112	1.15
10	Fransa	4.512	2.701	1.906	2.515	2.508	0.93
18	Türkiye	1.453	1.125	869	1.789	1.172	0.43

Kaynak: Trademap

### Kolombiya Ev ve Mutfak Eşyaları Ürünler Bazında İthalatı (2018, 1000 US\$)

Açıklama	İthalat Değeri	Payı(%)
<b>Toplam</b>	<b>51.232.805</b>	
<b>Ev ve Mutfak Eşyaları Toplam</b>	<b>270.647</b>	<b>100</b>
Metal Ev ve Mutfak Eşyaları	83.340	30,79
Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları	56.276	20,79
Elektrikli Ev ve Mutfak Eşyaları	92.126	34,04
Cam Ev ve Mutfak Eşyaları	17.541	6,48
Seramik Ev ve Mutfak Eşyaları	21.364	7,90
Ahşap Ev ve Mutfak Eşyaları	0	0

Kaynak:Trademap

Kolombiya ev ve mutfak eşyaları ürünleri ithalatının tüm ürün gruplarının ithalatından aldığı pay %0,53 ve 270,6 milyon US\$'dir.

### Kolombiya'nın Türkiye'den Ev ve Mutfak Eşyaları Ürünler Bazında İthalatı (1000 US\$)

Açıklama	İthalat Değeri 2014	İthalat Değeri 2018	Payı(%) 2018	Değişim 2014-2018
<b>Türkiye'den Toplam İthalat</b>	<b>204.698</b>	<b>320.800</b>		
<b>Ev ve Mutfak Eşyaları İthalatı</b>	<b>1.453</b>	<b>1.172</b>	<b>100</b>	<b>( - ) % 19,34</b>
Metal Ev ve Mutfak Eşyaları	108	82	7,00	( - ) % 24,07
Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları	301	392	33,45	% 30,23
Elektrikli Ev ve Mutfak Eşyaları	58	143	12,20	% 146,55
Cam Ev ve Mutfak Eşyaları	974	397	33,87	( - ) % 59,24
Seramik Ev ve Mutfak Eşyaları	11	158	13,48	% 133,64
Ahşap Ev ve Mutfak Eşyaları	1	0	0	-

Kaynak:Trademap

Türkiye'nin Kolombiya ev ve mutfak eşyaları ürünleri ithalatından aldığı pay %0,43 ve 1.2 milyon US\$'dir.

### Kolombiya Ev ve Mutfak Eşyaları Gümrük Vergisi Oranları

Açıklama	Vergi Oranı(%)
Metal Ev ve Mutfak Eşyaları	15 %
Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları	15 %
Elektrikli Ev ve Mutfak Eşyaları	5.00% - 15.00%
Cam Ev ve Mutfak Eşyaları	15 %
Seramik Ev ve Mutfak Eşyaları	15 %
Ahşap Ev ve Mutfak Eşyaları	15 %

Kaynak:Trademap

## NAVLUN

İstanbul Ambarlı limanından Kolombiya Cartegena Limanına

20'' Konteyner için	2.700 \$
40'' Konteyner için	3.500 \$

Olarak alınmış olup, bahsekonu tutarlara liman masrafları ve iç taşımlar dahil edilmemiştir. Komple konteyner taşımada süre yaklaşık 45 gün olarak verilmektedir.

## Faydalı Adresler

### T.C. Bogota Büyükelçiliği

Ece Öztürk Çil  
Kolombiya Büyükelçisi

Adresi: Embajada de Turquia Calle 76, No : 8-47, Bogota- Colombia  
Telefon: +57 1 321 00 70  
Faks: +57 1 321 00 76  
E-posta: [embajada.bogota@mfa.gov.tr](mailto:embajada.bogota@mfa.gov.tr)

### T.C. Bogota Ticaret Müşavirliği

Türker Kocamış  
Bogota Ticaret Müşaviri

Adres: Turkish Embassy Office of the Commercial Counsellor Calle 76 No:8-47 Bogota Colombia  
Tel: +57 1 321 00 73  
Faks: +57 1 321 00 76  
E- posta: [bogota@ekonomi.gov.tr](mailto:bogota@ekonomi.gov.tr)