



# Oportunidades de negocios para los empresarios de Bogotá

En las diez principales  
ciudades del país



 **CAMARA**  
DE COMERCIO DE BOGOTA  
Por nuestra sociedad

**Consuelo Caldas Cano**  
Presidente

**Luz Marina Rincón Martínez**  
Vicepresidenta Ejecutiva

**Lina María Castaño Mesa**  
Vicepresidenta de Gestión  
Cívica y Social

**Ricardo Ayala Ramírez**  
Director de Estudios e  
Investigaciones

**José Ramón Ortega Salgado**  
**Liliana Páez Duque**  
Analistas Dirección de Estudios  
e Investigaciones

ISBN:  
978-958-688-336-8

Bogotá, octubre de 2010

# Oportunidades de negocios para los empresarios de Bogotá

En las diez principales  
ciudades del país

# Contenido

Presentación	4
Introducción	6
1. Caracterización de las empresas encuestadas en las 10 ciudades más importantes de Colombia	11
2. Productos demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá	13
3. Servicios demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá	23
4. Percepción de los empresarios externos sobre los productos y servicios bogotanos	33
Conclusiones	36
Anexos	
Anexo 1: Indicadores económicos de las 10 ciudades	40
Anexo 2: Productos y servicios que le compran a Bogotá las 10 ciudades	41
Anexo 3: Aspectos que tienen en cuenta los empresarios de otras ciudades cuando compran nuevos productos	51

# Presentación

Las ciudades y las regiones atractivas gestionan estrategias para crear un entorno favorable al desarrollo de la actividad productiva y los negocios y elevar el crecimiento económico y la calidad de vida de sus habitantes. Para ello, promueven y facilitan la actividad productiva y empresarial con acciones orientadas a mejorar la sostenibilidad de las empresas y ampliar las oportunidades y los negocios en el mercado interno y externo.

Tradicionalmente, la mayoría de las empresas cuando se crean se orientan a producir y vender en el mercado de la ciudad donde se localizan y posteriormente algunas amplían la escala de sus negocios a otras ciudades generalmente cercanas o en el mismo país y en menor medida al mercado externo.

A través del fortalecimiento de las relaciones comerciales y de los negocios entre distintas ciudades y regiones, las empresas logran ampliar la dimensión de sus actividades, identifican y gestionan alianzas, encuentran nuevos socios y fuentes de inversión; se incentiva la innovación y la cooperación para ampliar la capacidad productiva y empresarial con resultados positivos en la generación de crecimiento, empleo e ingresos de mejor calidad. Igualmente, el mercado interno le permite a las empresas crear ventajas que hacen más fácil el ingreso a los mercados internacionales.

Bogotá, con 249 mil empresas (21% de las del país), casi 7.5 millones de personas (16% de la población nacional) y una estructura productiva diversificada con predominio de las actividades de servicios, es el mayor mercado de Colombia y uno de los más atractivos de América Latina. Las empresas de la ciudad tienen como primer destino para sus productos y servicios el mercado de la ciudad, en segundo lugar, el mercado de otras ciudades y regiones del país y en tercer lugar, el mercado externo.

La Cámara de Comercio de Bogotá, con el objetivo de ampliar la información y conocimiento sobre los principales aspectos que inciden en los empresarios de otras ciudades del país, para comprar bienes y servicios producidos en Bogotá, a través de la Dirección de Estudios e Investigaciones de la Vicepresidencia de Gestión Cívica y Social y con la asesoría de la firma Asesores y Consultores en Mercadeo SAS, consultó a 2.000 empresarios en 10 de las ciudades más importantes de Colombia: Armenia, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Cúcuta, Ibagué, Manizales, Medellín y Pereira.

Los resultados corroboran que en el mercado interno existen múltiples oportunidades para que las empresas de Bogotá y las de otras ciudades y regiones del país,

# Presentación

amplíen la escala de sus relaciones comerciales, encuentren nuevos proveedores, eleven su productividad, se consoliden y crezcan.

Las empresas bogotanas tienen una importante demanda de las empresas que se encuentran en las 10 ciudades. En efecto, el 40% de los empresarios consultados manifestó que compraban productos o materias primas en el mercado bogotano destacándose los de Cúcuta, Bucaramanga y Armenia. En los servicios, sin embargo, sólo el 1% de los empresarios señaló que compraba servicios en Bogotá, destacándose los de Barranquilla, Medellín, Pereira y Cartagena.

Igualmente, los empresarios de las otras ciudades reconocen como ventajas de los productos y servicios que compran en Bogotá, su buena calidad, la capacidad y variedad de la oferta, los precios competitivos y en algunos casos la ventaja de ser los únicos proveedores. Sin embargo, también recomiendan a los empresarios bogotanos hacer mayor difusión de la oferta de sus productos y servicios, ampliar los contactos y encuentros comerciales y fortalecer el servicio al cliente, entre otros aspectos, para ampliar sus negocios en otras regiones del país.

La Cámara de Comercio de Bogotá, con la publicación de las *Oportunidades de negocios para los empresarios de Bogotá en las 10 principales ciudades del país*, le ofrece a los empresarios, las autoridades, los gremios y las entidades de apoyo al sector empresarial un valioso aporte e insumo para estructurar e implementar las políticas y acciones públicas y privadas que contribuyan a facilitar y promover la ampliación y el fortalecimiento de los negocios entre las empresas de Bogotá con las de otras ciudades del país, para mejorar el entorno para los negocios y fortalecer la actividad productiva y empresarial en Bogotá y en las principales ciudades del país.

# Introducción

Bogotá es una de las economías más grandes y estables de América Latina: en población es la sexta ciudad más grande de América Latina con cerca de 7,5 millones de habitantes, el 16% de la población colombiana. Y con un Producto Interno Bruto que asciende a US\$ 66.754 millones, superando el PIB de algunos países como Costa Rica, Uruguay, El Salvador, Panamá, Bolivia y el de ciudades de América Latina como Monterrey, Brasilia, Caracas, Quito, Lima y Montevideo.

Adicionalmente, es la ciudad en donde se localiza el mayor número de empresas de Colombia, 249 mil empresas que representan el 21% de las empresas del país, con cerca de 3.500.000 ocupados y un ingreso per cápita de US\$8.406. Y como sucede en las principales ciudades del mundo, Bogotá se consolida cada día como una ciudad de servicios. Hoy es el centro financiero del país con más del 55% de las transacciones financieras y es el primer destino turístico y de negocios, a donde llega el 52% de los turistas que visitan el país. Además, cuenta con una estructura productiva diversificada en la que predominan las actividades de servicios y con el recurso humano más capacitado del país.

Tradicionalmente, para las empresas que se localizan en Bogotá el primer destino para sus productos y servicios es el mercado de la ciudad y de los municipios vecinos, en segundo lugar, otras ciudades y regiones del país y en tercer lugar, el mercado externo. En la práctica casi el 90% de la producción se dirige al mercado local, incluidas otras regiones del país y el 10% se exporta.

La experiencia internacional corrobora que con el fortalecimiento de las relaciones comerciales y de los negocios entre empresas de distintas ciudades y regiones del país se amplían las oportunidades de las empresas para mejorar su productividad y competitividad: la competencia estimula a los empresarios a innovar en los procesos de producción y gestión para mejorar la oferta de bienes y servicios; a elevar el valor agregado con base en la innovación y la calidad, para conquistar nichos y oportunidades en el mercado y contribuye a conformar y fortalecer actividades y cadenas productivas para aumentar las posibilidades de crecimiento y negocios de las microempresas y pequeñas empresas. Así mismo, genera oportunidades a los emprendedores para crear empresas en nuevas actividades de bienes y servicios.

Bogotá tiene el reto de fortalecer el intercambio comercial entre sus empresas con las de otras regiones del país, para ampliar su capacidad de crecimiento, especialmente con las localizadas en las 10 ciudades más dinámicas del país, Cali, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga, Cartagena, Pereira, Manizales, Ibagué, Cúcuta y Armenia. La importancia de estas ciudades en la economía colombiana es evidente: viven 11 millones de personas, el 27% de la población nacional, generan el 28% del empleo, el 47% del PIB y el 34% de las exportaciones, reciben el 19% de la inversión extranjera (IED) y tienen al 29% de las empresas del país.

# Introducción

La Cámara de Comercio de Bogotá, con el propósito de ampliar la información y el conocimiento de los empresarios bogotanos sobre las características de la demanda de sus productos y servicios en otras ciudades del país, consultó a 2000 empresarios en las 10 ciudades para conocer:

- Las características de la demanda de productos y servicios bogotanos, con énfasis en los factores que motivan la compra de bienes y servicios en Bogotá; los medios que utilizan para conocer la oferta del mercado bogotano; las razones de no compra; las condiciones que exigen a sus proveedores; las debilidades que identifican en los empresarios bogotanos para posicionar sus productos en otras ciudades; al igual que las principales fortalezas, recomendaciones para posicionar mejor los productos y servicios en el mercado interno y los sectores en los que los empresarios bogotanos tienen oportunidades para vender o posicionar sus productos.
- Conocimiento que tienen los empresarios de otras ciudades sobre los productos bogotanos y las dificultades que encuentran para conocer la oferta existente y los aspectos que deben fortalecer los empresarios de Bogotá para posicionarse en el mercado nacional.
- Las oportunidades existentes para fortalecer el intercambio comercial y generar nuevos negocios para los empresarios de Bogotá, en una amplia gama de productos y servicios para el comercio, la industria, la construcción, la tecnología, las comunicaciones y la salud.

Los resultados corroboran que el mercado interno ofrece amplias posibilidades de negocios y oportunidades para crecer, ampliar la capacidad de producir, innovar y generar ingresos y empleo: más del 80% de los empresarios de las 10 ciudades considera que Bogotá es un buen lugar para adquirir productos y servicios, que cuenta con empresas con experiencia, que se caracterizan por su alta calidad y variedad y en muchos casos porque sólo se consiguen en la ciudad, amplios inventarios y con un adecuado servicio posventa.

Así mismo, las empresas que adquieren servicios personales y empresariales producidos en Bogotá encuentran como principales fortalezas: la calidad y el respaldo de empresas reconocidas por su trayectoria a nivel nacional, adecuadas políticas de precios y buen servicio al cliente en la entrega del servicio y en la postventa. Para las empresas de servicios se identifican oportunidades en las áreas publicidad, mercadeo y en el apoyo a la gestión empresarial en servicio al cliente, capacitación y entrenamiento de personal y en servicios de telecomunicaciones.

No obstante, la ciudad y su sector empresarial tienen importantes retos que alcanzar para obtener los beneficios de posicionar los productos y servicios en el mercado interno:

# Introducción

- Identificar y conocer con mayor amplitud las necesidades y requerimientos actuales de los empresarios de otras ciudades, respecto a los productos y servicios que ofrece Bogotá. Desarrollar estrategias enfocadas a la venta consultiva, donde se venda productos y servicios orientados a satisfacer las necesidades de los clientes.
- Analizar la cultura de los negocios, para adecuar las políticas de precios y el servicio al cliente, para ampliar las oportunidades y facilitar el acceso a los empresarios de otras ciudades a los productos y servicios bogotanos, obtener menores costos de transporte, envío y entrega, mejor calidad y excelente atención y distribución logística.
- Mejorar la promoción e información sobre la oferta de productos y servicios, sus características técnicas y de calidad, las condiciones de precios, logística y servicio al cliente.
- Mayor cercanía con el cliente en el lugar, ciudad o región donde se encuentre, para atender de forma más rápida la necesidad de productos o servicios. En este propósito la elaboración de páginas web y el acceso a información por medios electrónicos es un valioso instrumento.
- Mayor esfuerzo para facilitar los contactos comerciales a través de ferias y misiones comerciales, con apoyo de entidades de promoción del comercio como las Cámaras de Comercio, con el objeto de recopilar y analizar información referente a la venta, promoción y distribución de productos en otras regiones de Colombia.

La Cámara de Comercio de Bogotá apoya a los empresarios para que mejoren su desempeño, amplíen su mercado e implementen estrategias de expansión y rentabilidad en los mercados local, regional y nacional, para ello, promueve los productos y servicios de las empresas bogotanas, a través del programa consolida empresa con la realización de misiones comerciales, ruedas de negocios y ferias en ciudades como Medellín, Cali, Bucaramanga, Barranquilla, Cartagena y Armenia.

Las misiones comerciales están orientadas hacia los mercados más importantes de Colombia por su tamaño o por el tipo de bienes y servicios que le compran a Bogotá. En 2009, se realizaron cinco misiones comerciales en las que participaron cerca de 82 empresas de la Región en los sectores de textil – confección, alimentos, obras civiles e ingeniería y se reportaron expectativas de negocios por \$1.000 millones.

Además, más de 1.070 empresas recibieron el apoyo de la Cámara de Comercio para participar en ocho ruedas de negocios, donde se generaron expectativas de negocios por

# Introducción

\$9 mil millones y dos ferias comerciales, donde participaron cerca de 35 empresas que lograron contactos de negocios por \$500 millones. Estos programas han facilitado a los empresarios de Bogotá y Cundinamarca establecer contactos comerciales para ampliar sus ventas en los mercados local y regional y apropiar experiencias empresariales exitosas que les permiten innovar y mejorar la competitividad de sus negocios.

En 2010, la Cámara de Comercio ofrece nuevas oportunidades de negocios en el mercado interno a través de la realización de cuatro ferias comerciales, doce ruedas de negocios y cinco misiones comerciales con expectativas de negocios cercanas a los \$14.500 millones. Los empresarios interesados en obtener mayor información de estos servicios pueden comunicarse al Centro de Emprendimiento Bogotá Emprende, sección Consolida Mercado, teléfono 594 10 00, extensiones 2731 ó 2730, escribir al e-mail [eventoscom@ccb.org.co](mailto:eventoscom@ccb.org.co) y consultar la sección Apoyo empresarial / Ruedas de negocios y ferias nacionales en la página institucional [www.ccb.org.co](http://www.ccb.org.co)

El presente informe está conformado por cinco partes: la primera, identifica el perfil de las empresas que participaron en el estudio; la segunda, con los aspectos que caracterizan la demanda de productos bogotanos en las ciudades encuestadas; la tercera, con el análisis de los resultados sobre la demanda de los servicios bogotanos en las 10 ciudades; la cuarta, presenta la percepción de los empresarios sobre los temas para posicionar los productos y servicios del mercado bogotano a nivel nacional y la quinta, incluye las conclusiones y recomendaciones para ampliar las oportunidades de negocio de las empresas bogotanas en el mercado interno.

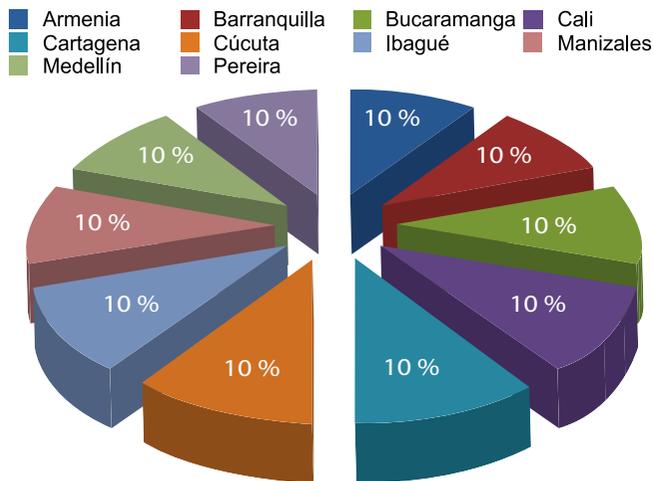




# 1. Características de las empresas encuestadas en las 10 ciudades más importantes de Colombia

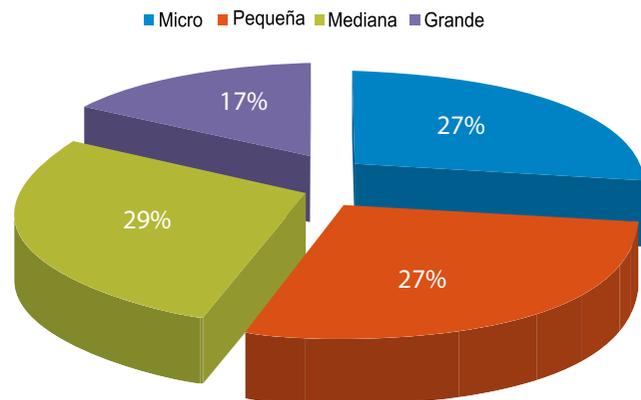
# 1. Características de las empresas encuestadas en las 10 ciudades más importantes de Colombia

## Ciudades encuestadas



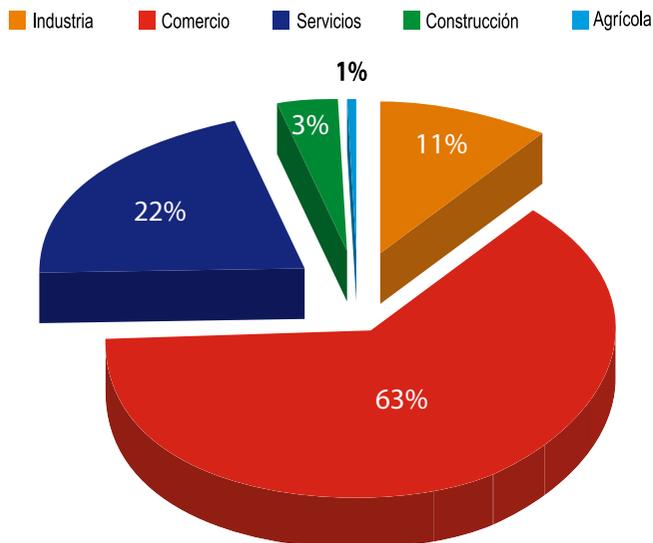
**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

## Empresas según tamaño



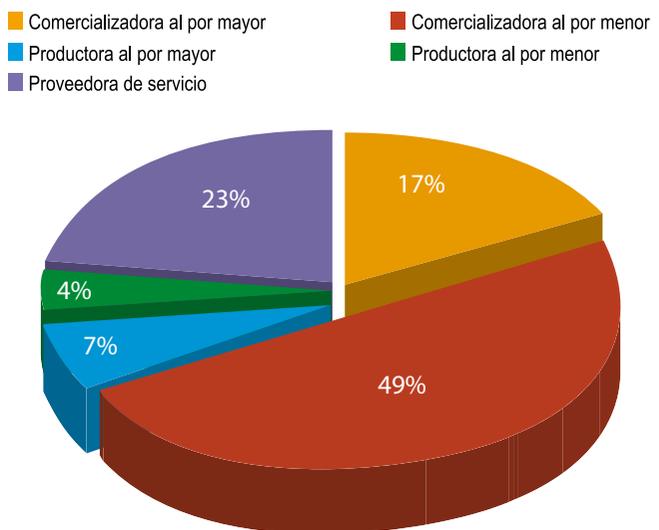
**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

## Empresas según actividad económica



**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

## Aspectos comerciales



**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

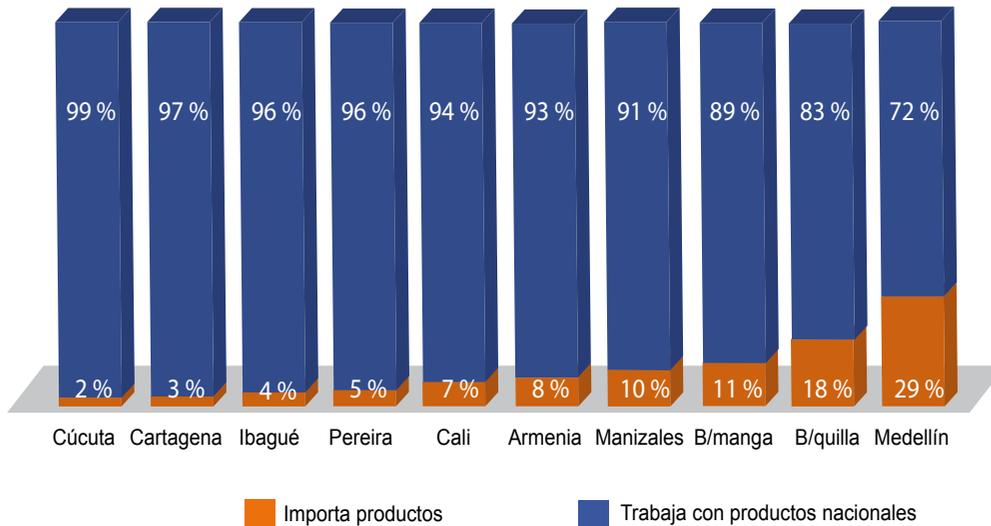
El estudio consultó la percepción de 2.000 empresarios de las 10 principales ciudades colombianas, en cada una se aplicaron 200 encuestas personalizadas. Con el propósito de obtener el mayor nivel de confiabilidad en los resultados, la selección de la muestra consideró los principales aspectos de la estructura empresarial colombiana, que se caracteriza por el mayor número de microempresas, Pymes y de empresas dedicadas a actividades comerciales y de servicios personales y empresariales. Según los resultados, estas empresas registran la mayor dinámica en demanda de productos y servicios a las empresas bogotanas.



**2. Productos  
demandados por  
los empresarios  
de 10 ciudades  
al mercado de  
Bogotá**

## 2. Productos demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá

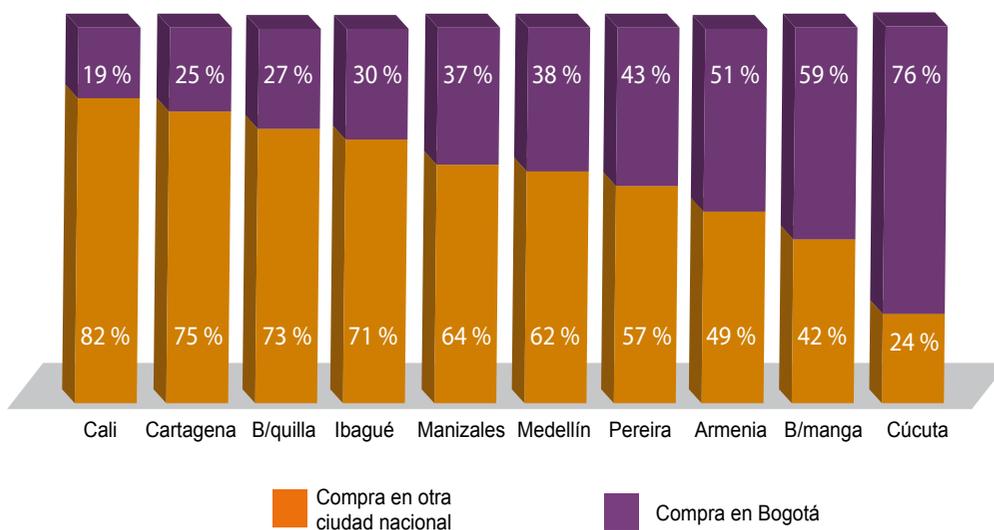
### 2.1. Los empresarios de otras ciudades importan productos o trabajan con productos nacionales



La mayoría de empresarios de las ciudades encuestadas (91%) realizan sus compras de productos en el mercado nacional y el 40% de ellos compra productos o materia prima en el mercado bogotano.

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

### 2.2. En donde compran productos los empresarios de otras ciudades

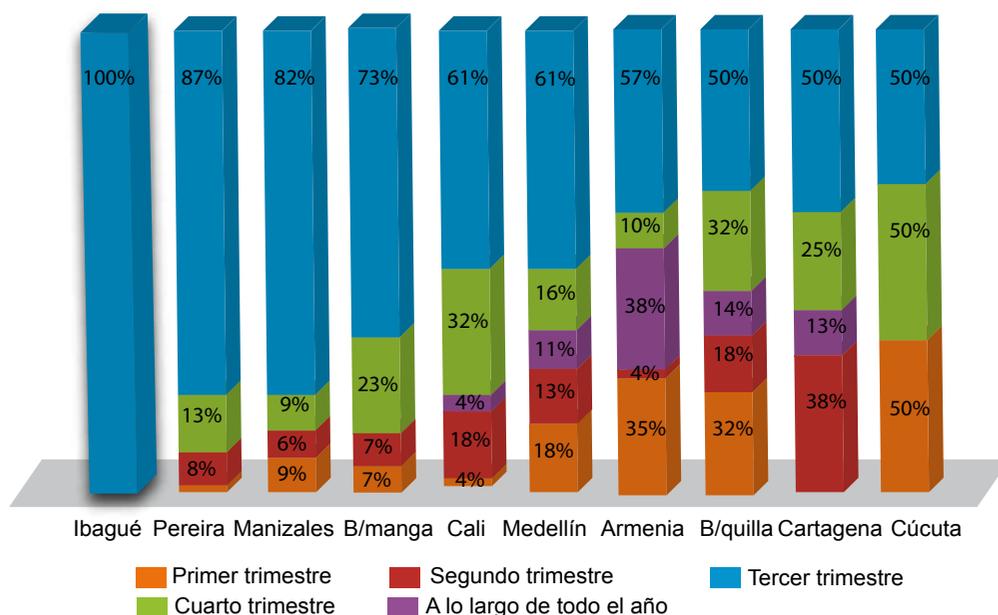


Las ciudades que más compran productos al sector empresarial bogotano son Cúcuta (76%), Bucaramanga (59%) y Armenia (51%). Las ciudades de Cali, Cartagena, Barraquilla e Ibagué, se abastecen mayormente en ciudades diferentes a Bogotá.

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

## 2. Productos demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá

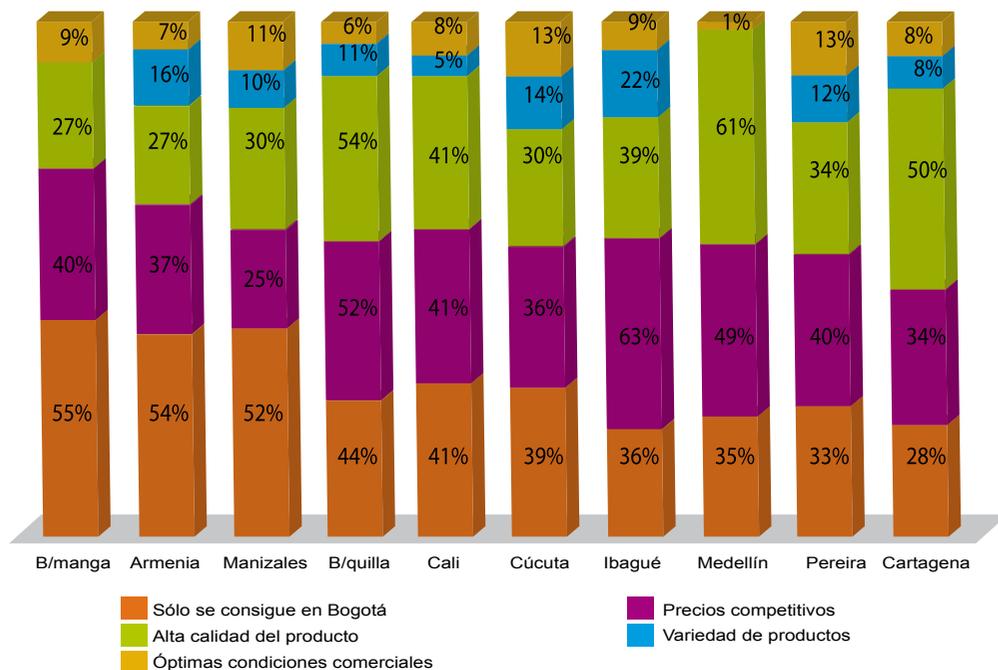
### 2.3. Período en que las empresas se abastecen de productos



Más de la mitad de las empresas de las ciudades encuestadas (60%) se abastecen de productos de Bogotá durante todo el año y una tercera parte de ellas prefiere adquirir productos bogotanos al final del año, período que se caracteriza por una mayor dinámica comercial.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

### 2.4. Factores que motivan al empresario a comprar en Bogotá

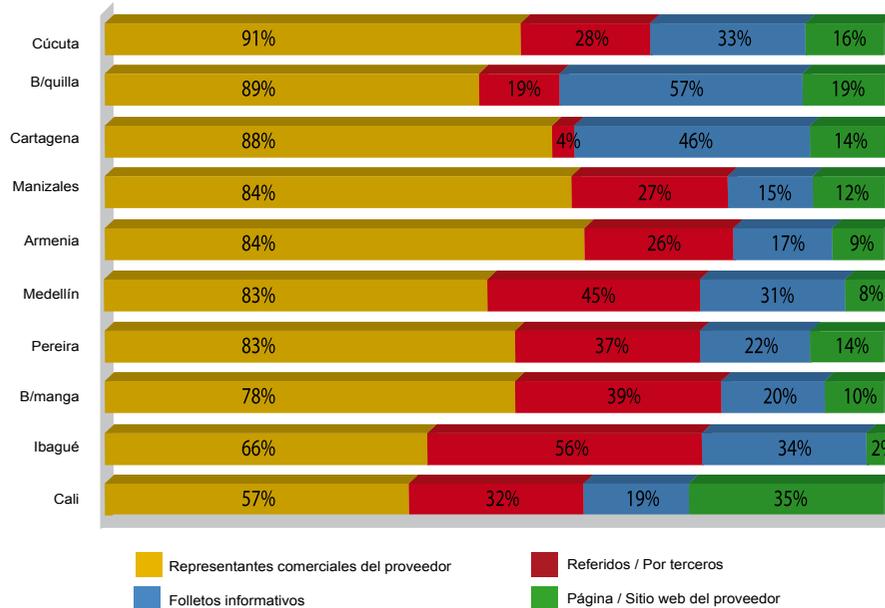


La exclusividad de los productos, los precios competitivos y la calidad del producto son los tres factores más importantes que motivan a los empresarios de otras ciudades a comprar productos en Bogotá.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

## 2. Productos demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá

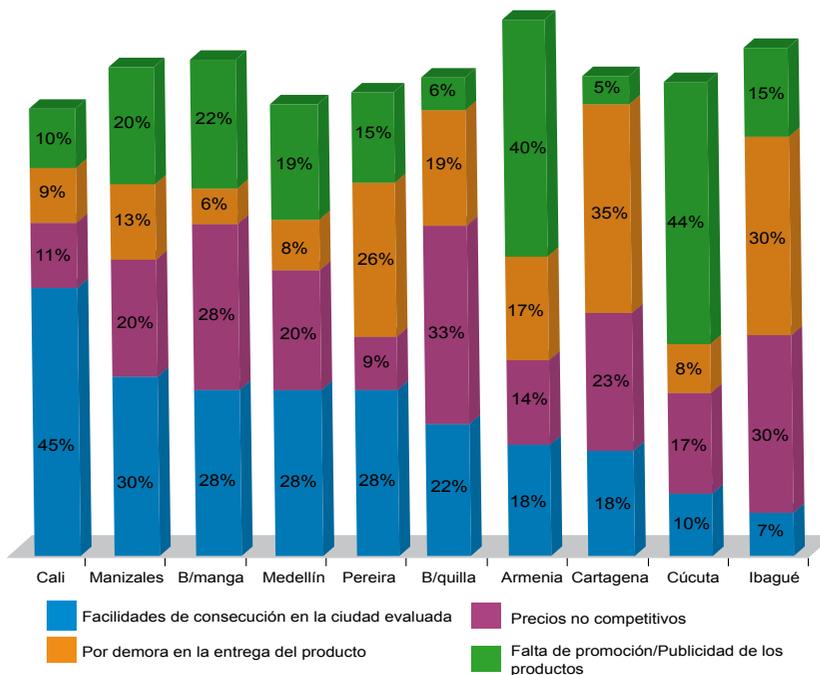
### 2.5. Principales medios, a través de los cuales el empresario de otras ciudades conoce los productos de Bogotá



Los asesores comerciales son el principal medio de los empresarios de otras ciudades de Colombia para conocer o entrar en contacto con los productos que se venden desde Bogotá. En segundo lugar, la información de personas (compañías) que los han utilizado y los recomiendan por su precio, calidad, variedad o disponibilidad.

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

### 2.6. Razones por las cuales el empresario de otras ciudades, NO compra productos de Bogotá

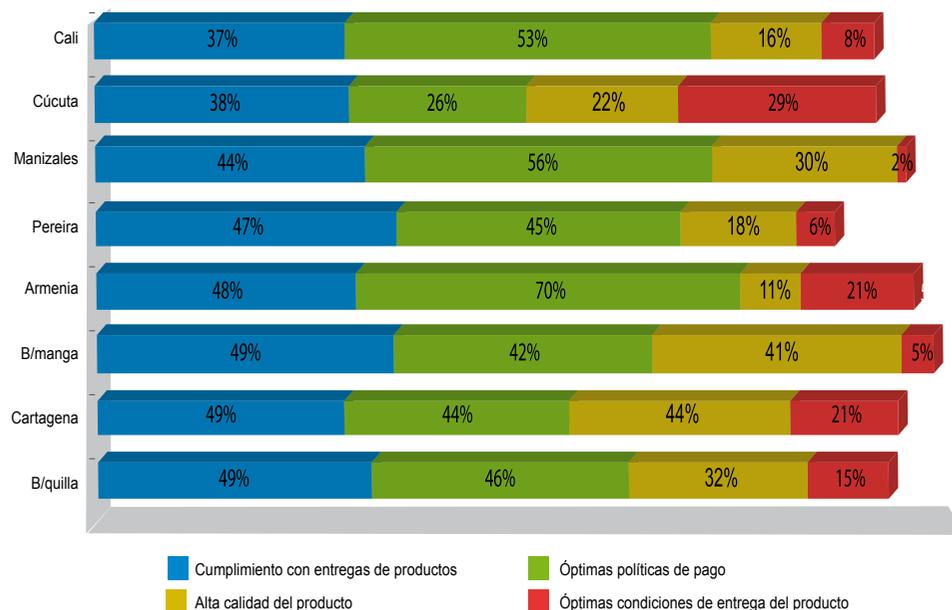


La principal razón por la cual los empresarios de otras ciudades no compran al mercado de Bogotá, es porque consiguen los productos que necesitan en sus ciudades; por que los precios ofrecidos por los empresarios de Bogotá no son competitivos; por demoras en la entrega del producto o por falta de promoción y publicidad de los productos.

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

## 2. Productos demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá

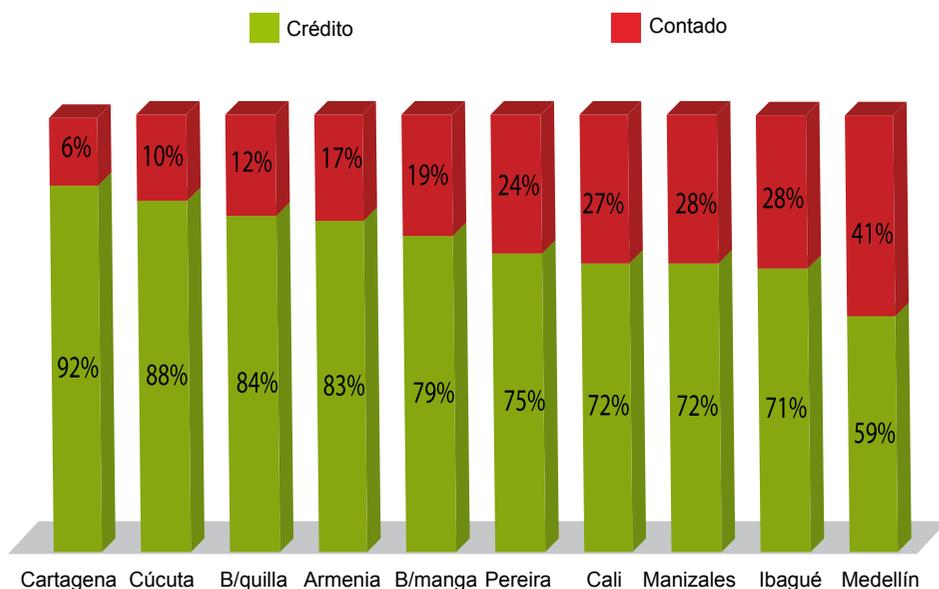
### 2.7. Principales condiciones de negocio que los clientes de otras ciudades exigen a sus proveedores



Las principales condiciones de negocio que exigen los empresarios de otras ciudades, se relacionan con: las políticas de precios adecuadas a las necesidades del cliente, como plazos flexibles, pago de contado y descuentos y el cumplimiento de los tiempos de entrega del producto.

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

### 2.8. Principales opciones de pago utilizadas

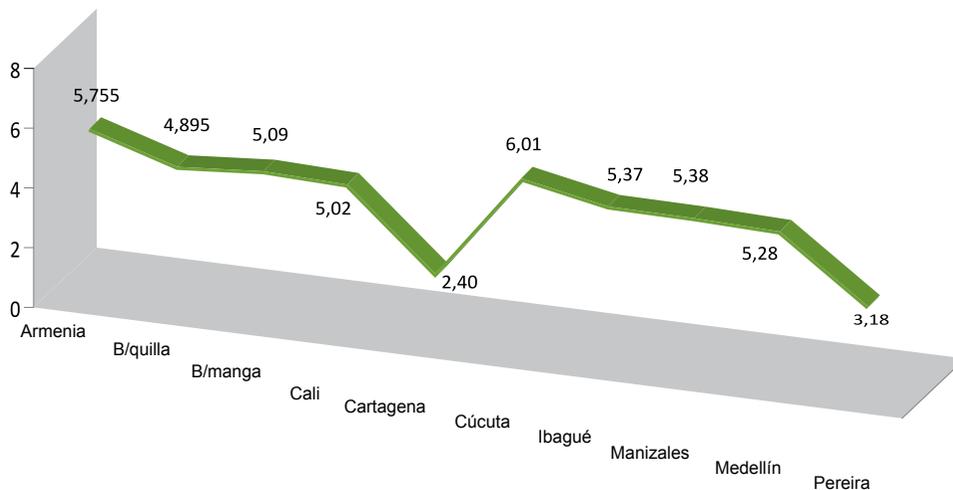


El 78% de las empresas que le compran al mercado de Bogotá prefieren diferir sus pagos: las micro y pequeñas empresas suelen pagar entre 0 días a 20 días; las medianas empresas entre 21 a 30 días máximo y las grandes empresas suelen pagar después de 61 días como plazo máximo.

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

## 2. Productos demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá

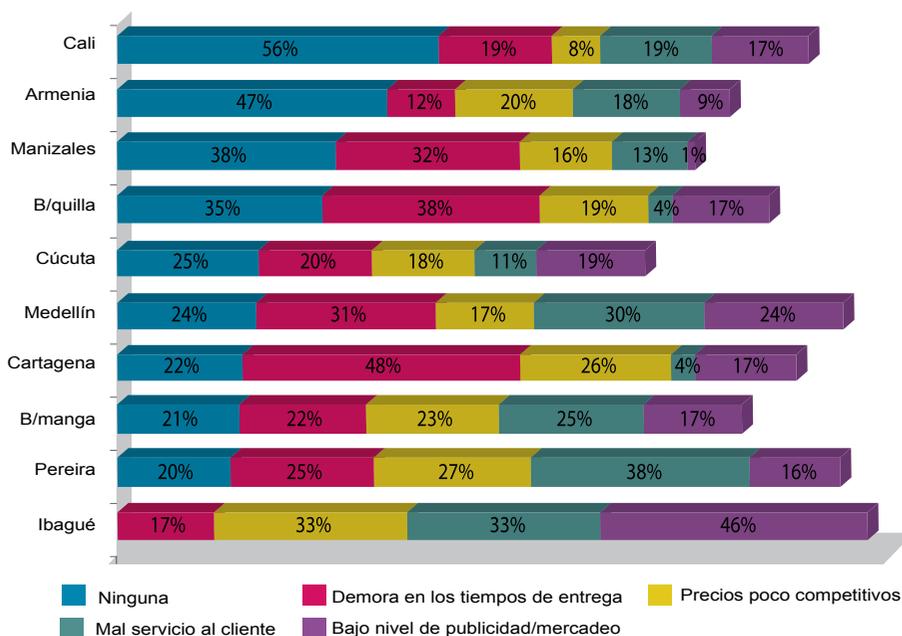
### 2.9. Promedio de días que exigen las empresas de otras ciudades a sus proveedores



**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

El promedio general para la entrega de los productos adquiridos en Bogotá a otras ciudades es de 5 días. Sin embargo, el tiempo cambia según el tamaño de la empresa: para las micro y pequeñas empresas es de 4 días, para las medianas de 5 días y para las grandes empresas cerca de 6 días.

### 2.10. Principales debilidades de los empresarios bogotanos, para posicionar sus productos en otras ciudades



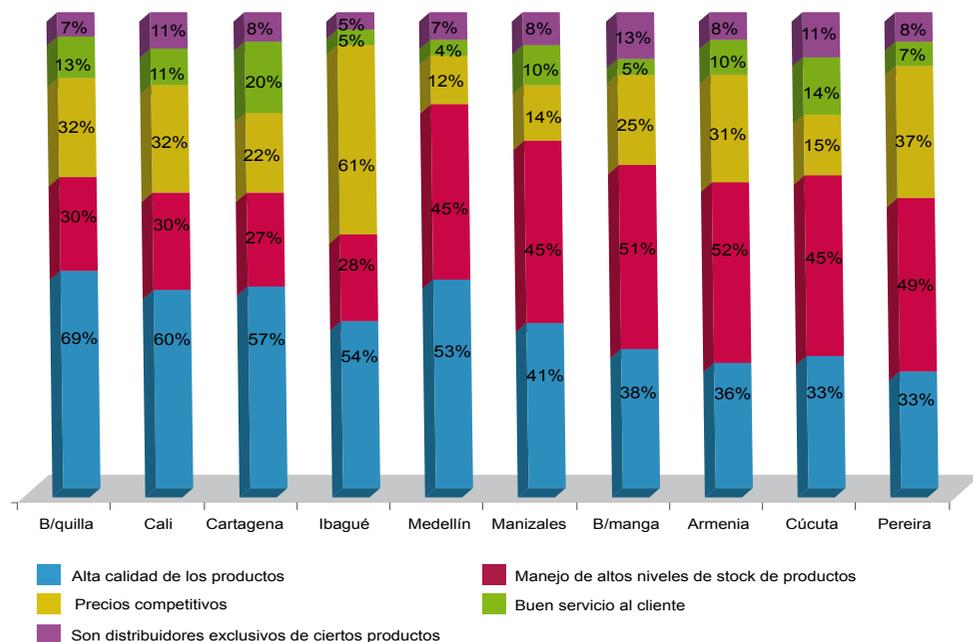
Entre los factores que limitan el posicionamiento de los productos bogotanos, los empresarios identificaron los relacionados con la demora en los tiempos de entrega, precios poco competitivos, mal servicio al cliente y la publicidad y mercadeo.

En consecuencia, se requieren estrategias para dar a conocer en forma amplia los productos en estas ciudades.

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

## 2. Productos demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá

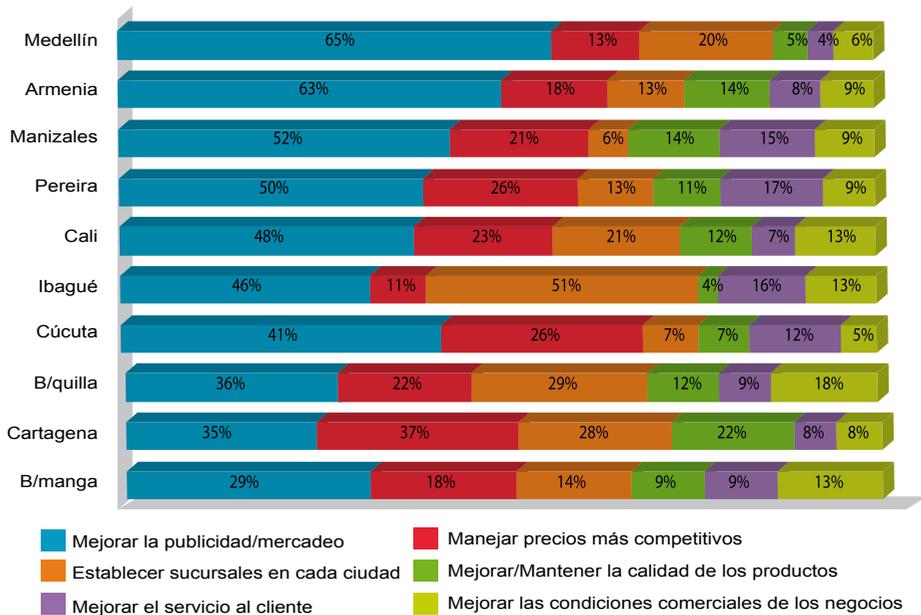
### 2.11. Principales fortalezas que tienen los empresarios bogotanos, para posicionar sus productos en otras ciudades



La alta calidad de los productos que se venden en Bogotá, es la principal fortaleza de su mercado, junto a la capacidad de manejar un volumen importante de inventarios de los productos que son requeridos por los clientes de otras ciudades. Estos dos factores hacen un poco más del 80% de las fortalezas del mercado bogotano.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

### 2.12. Principales consejos que los empresarios de otras ciudades dan a los empresarios bogotanos, para posicionar mejor sus productos

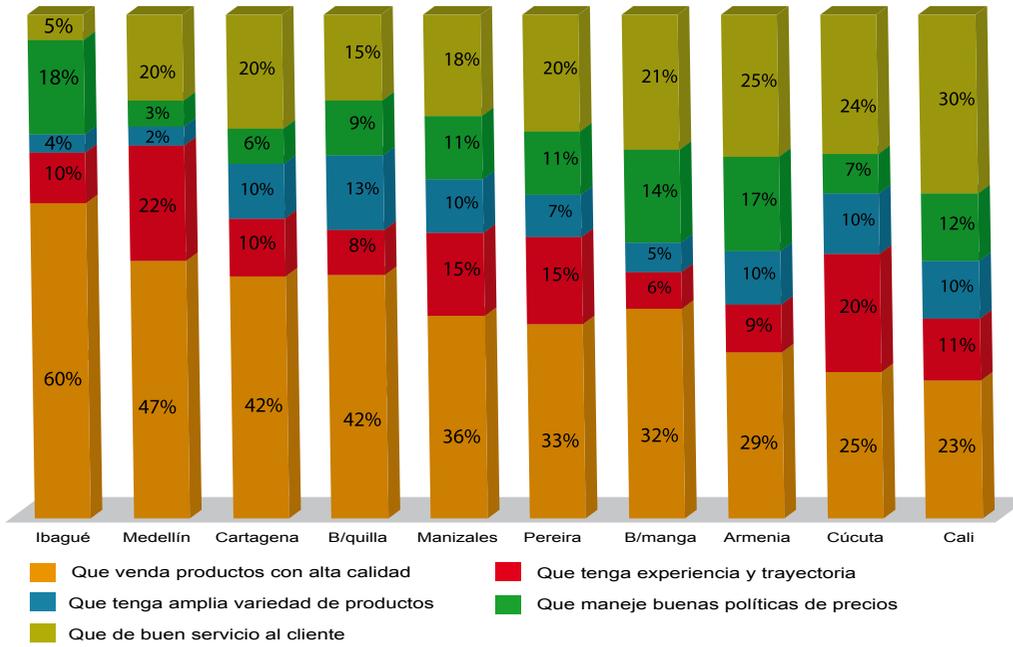


Las principales estrategias que deben desarrollar los empresarios de Bogotá, se relacionan con la implementación de políticas promocionales y publicitarias, desarrollo de estrategias de precios para los clientes y en algunos casos sugieren colocar sucursales en cada ciudad para atender de forma más rápida las necesidades de los clientes.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

## 2. Productos demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá

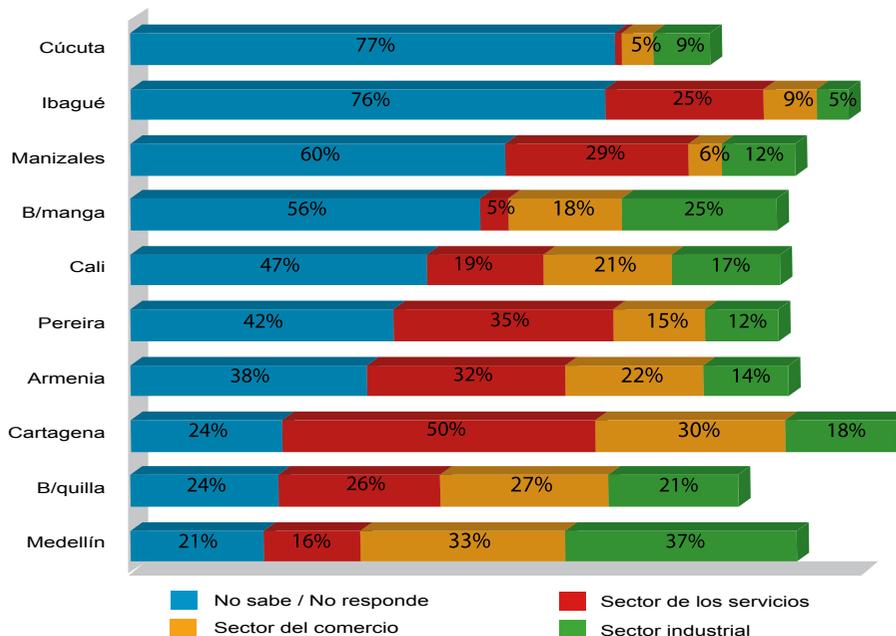
### 2.13. Características que exigen los empresarios de otras ciudades a sus proveedores



Los empresarios de otras ciudades seleccionan un proveedor principalmente cuando ofrece productos de alta calidad y un buen servicio al cliente. Ciudades como Medellín y Cúcuta también buscan que sus proveedores tengan experiencia y trayectoria en el mercado.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

### 2.14. Sectores en los que el empresario bogotano, tiene mayores oportunidades para vender o posicionar sus productos



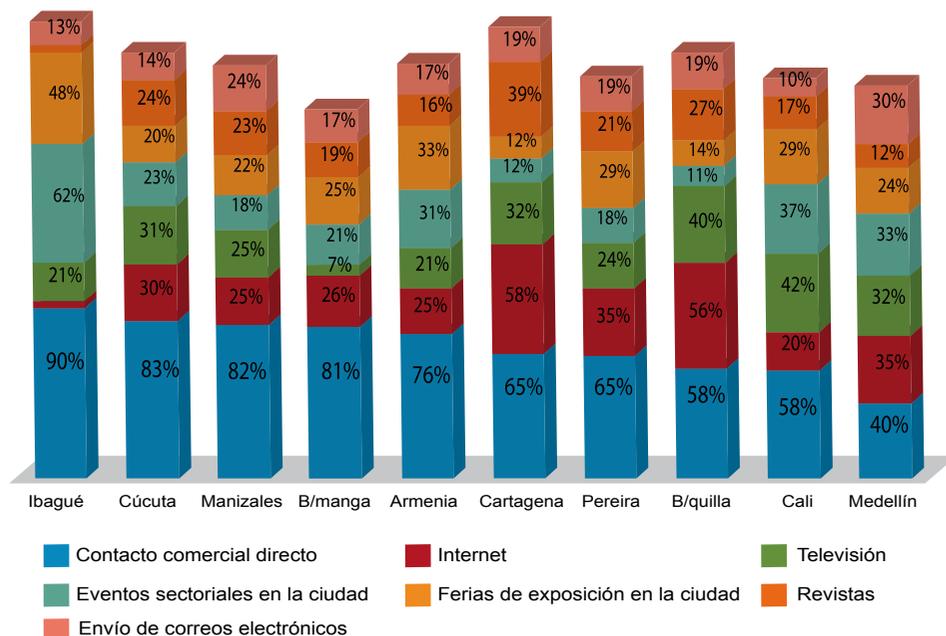
Para los empresarios de las 10 principales ciudades del país, los sectores más competitivos de la economía bogotana con oportunidades de negocio en el mercado nacional son: los servicios (personales y a las empresas), el comercio, y la industria.

Adicionalmente, se identificaron tres actividades en las que los empresarios de otras ciudades tienen interés y representan una gran oportunidad: construcción, tecnología, comunicaciones y salud.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

## 2. Productos demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá

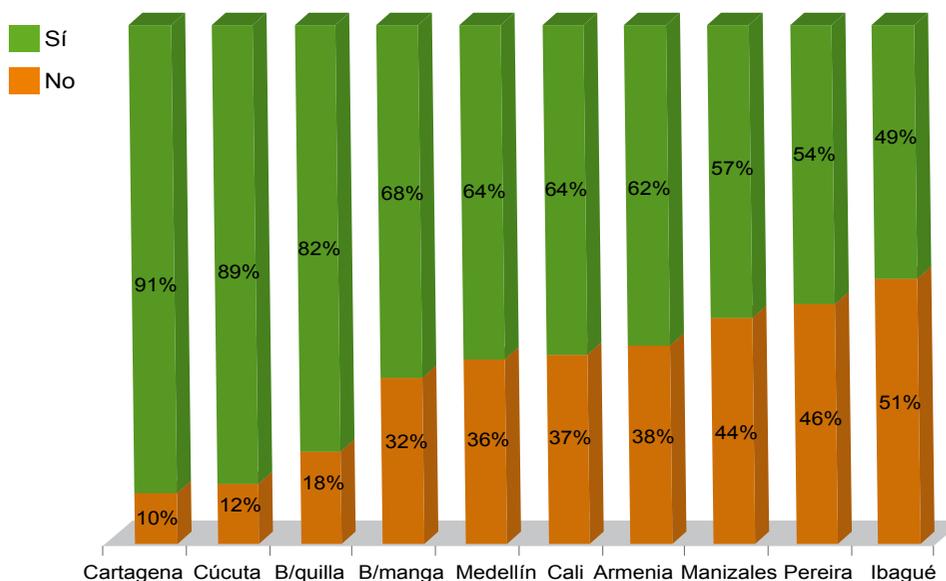
### 2.15. Medios a través de los cuales los empresarios de otras ciudades les gustaría saber de los productos que ofrece Bogotá



Para dar a conocer los productos ofertados por las empresas de Bogotá, los empresarios de otras ciudades consideran que la mejor forma es a través de un representante comercial, con capacidad de negociar y presentar los productos en ferias y eventos sectoriales en las ciudades. Así mismo, recomiendan utilizar Internet y pautas publicitarias en televisión para dar a conocer la oferta de productos de Bogotá.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

### 2.16. Conocimiento de los productos que vende Bogotá por los empresarios de otras ciudades



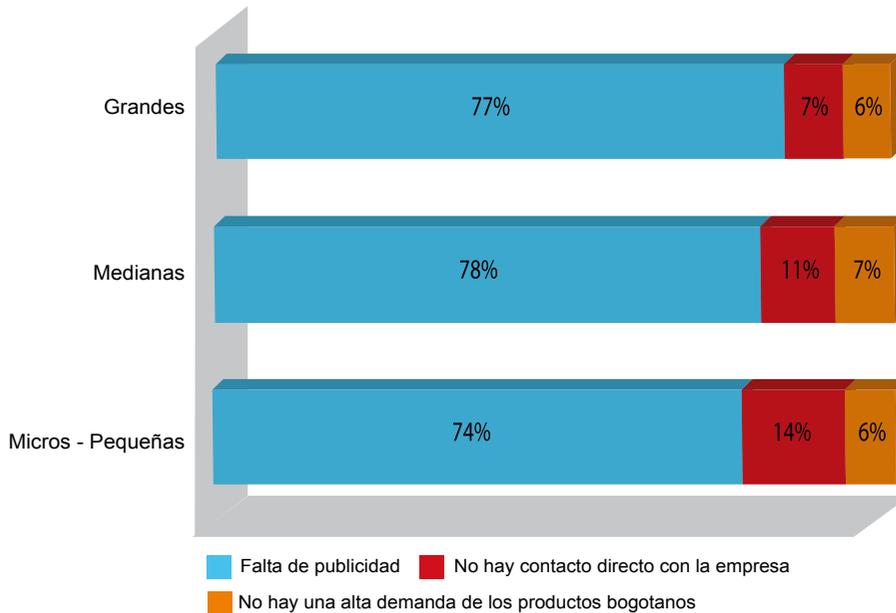
El 68% del total de los empresarios considera que si conoce los productos bogotanos.

El 32% restante asegura que desconoce los productos por que no hay publicidad en su ciudad y por falta de un medio que facilite el contacto con las empresas bogotanas.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

## 2. Productos demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá

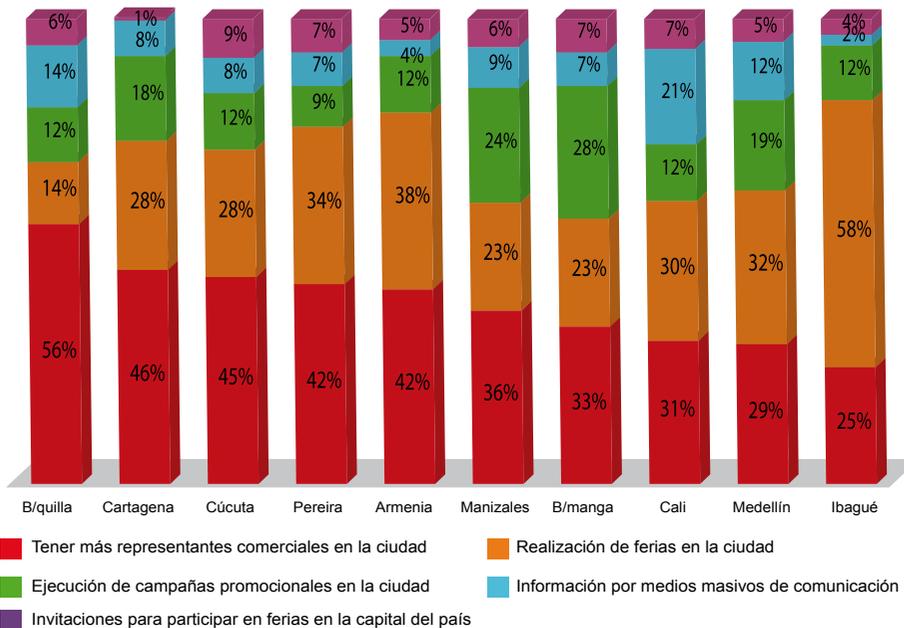
### 2.17. Razones por las que los empresarios de otras ciudades NO conocen la oferta de productos de Bogotá



En general, se evidencia que los medios tradicionales y masivos de comunicación no son los medios por los cuales los empresarios de otras ciudades quieren estar informados de los productos que se venden en Bogotá, una estrategia publicitaria con impacto y el contacto comercial son factores decisivos para conocer la oferta de las empresas de Bogotá.

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.  
Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia, 2009".

### 2.18. Medio que recomiendan los empresarios de otras ciudades para conocer los productos que vende Bogotá



Los empresarios afirman que el medio más efectivo para conocer los productos bogotanos es la figura del representante comercial. Esta estrategia se debe acompañar por la realización de ferias y eventos promocionales en las ciudades y publicidad en medios masivos. Adicionalmente, tienen interés en conocer los productos en ferias organizadas en Bogotá.

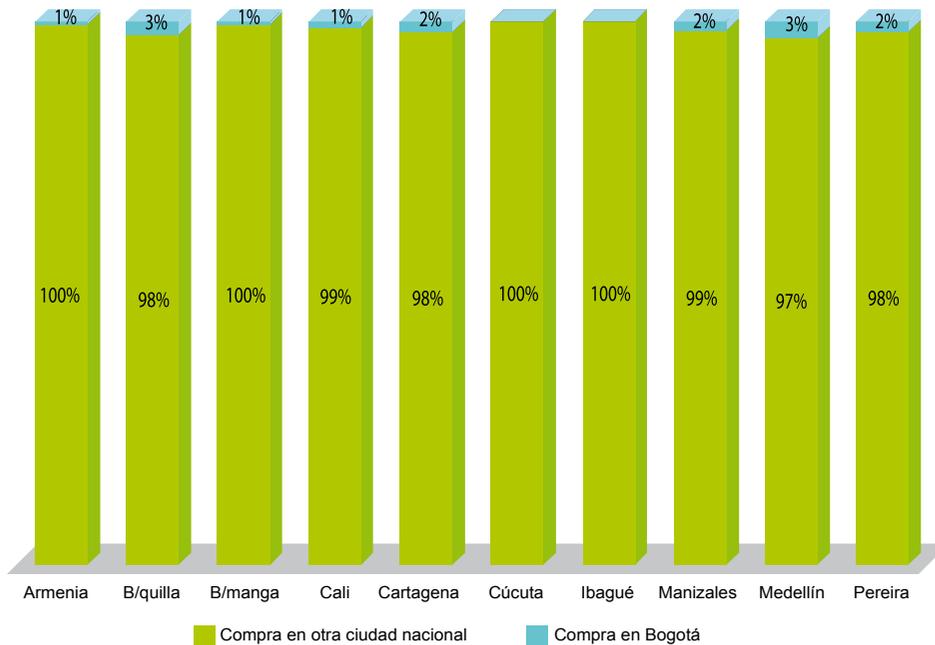
**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.  
Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia, 2009".



**3. Servicios  
demandados por  
los empresarios  
de 10 ciudades  
al mercado de  
Bogotá**

### 3. Servicios demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá

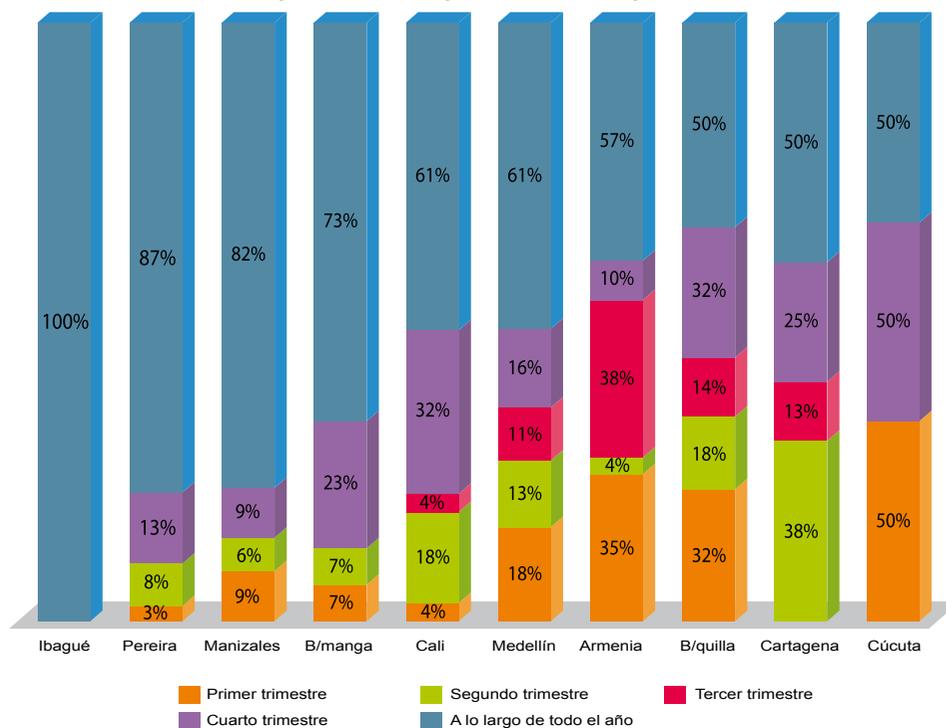
#### 3.1. Dónde compran servicios las empresas de otras ciudades



Los resultados de la encuesta empresarial para el sector de los servicios indican que sólo el 1% de los empresarios colombianos compra servicios en Bogotá. El mercado nacional ofrece oportunidades de negocio que los empresarios bogotanos, especializados en la prestación de servicios empresariales y personales, pueden aprovechar para incrementar el número de clientes y operaciones comerciales.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

#### 3.2. Período en que las empresas compran servicios

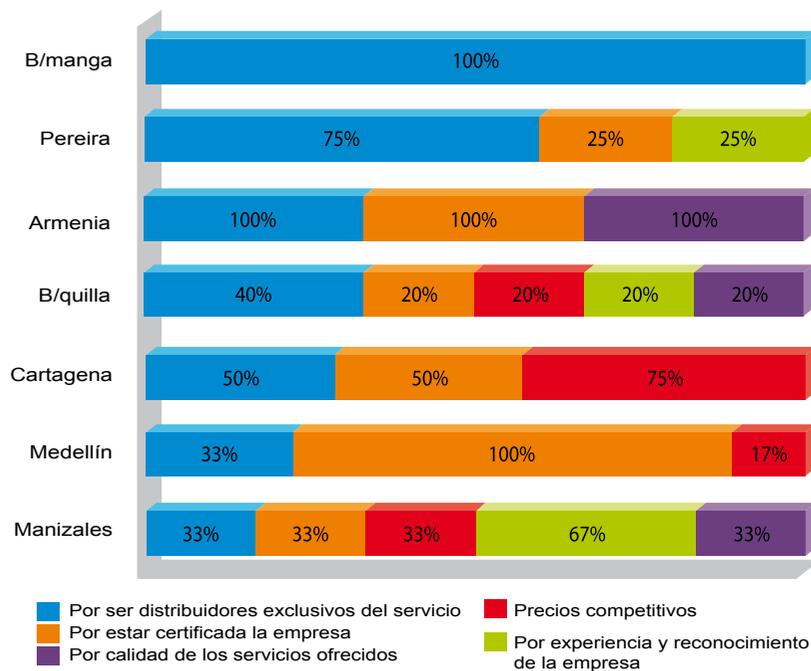


La mayor parte de empresarios colombianos que le compran servicios a empresas de Bogotá, lo hacen a lo largo de todo el año. Sin embargo, las microempresas y las pequeñas, concentran su contratación de servicios en el primer y cuarto trimestre del año; en las empresas medianas la mayor contratación de servicios ocurre en el primer, tercer y cuarto trimestre del año, al igual que en las grandes empresas.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

### 3. Servicios demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá

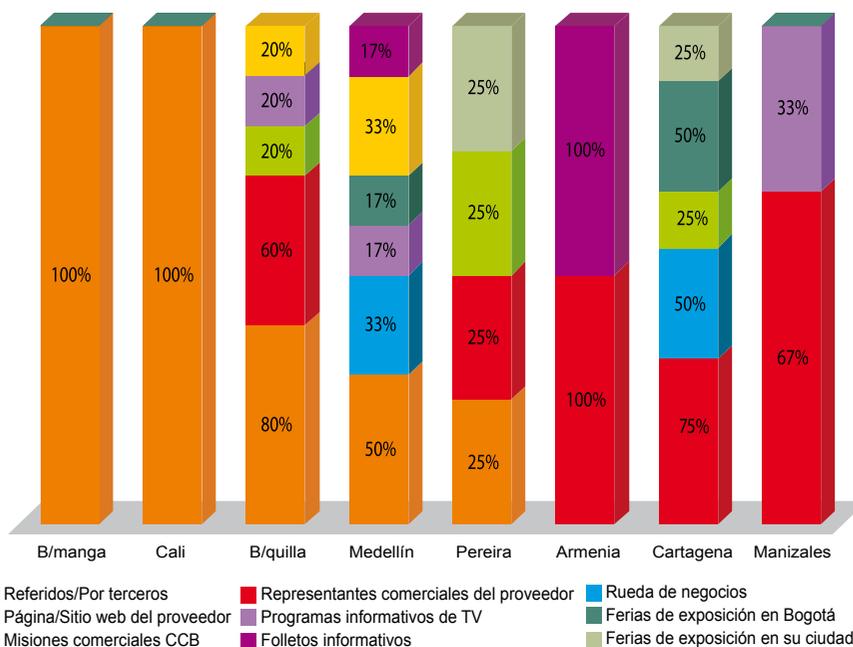
#### 3.3. Razones que motivan al empresario a comprar servicios en Bogotá



Los empresarios de Colombia que le compran a Bogotá lo hacen, por dos razones principales: el distribuidor es exclusivo y la empresa está certificada. Para las micro y pequeñas empresas es relevante que la empresa contratada preste el servicio a nivel nacional, mientras para la mediana y la gran empresa los precios y el servicio al cliente son fundamentales a la hora de elegir proveedor.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

#### 3.4. Principales medios a través de los cuales el empresario de otras ciudades conoció los servicios que vende Bogotá

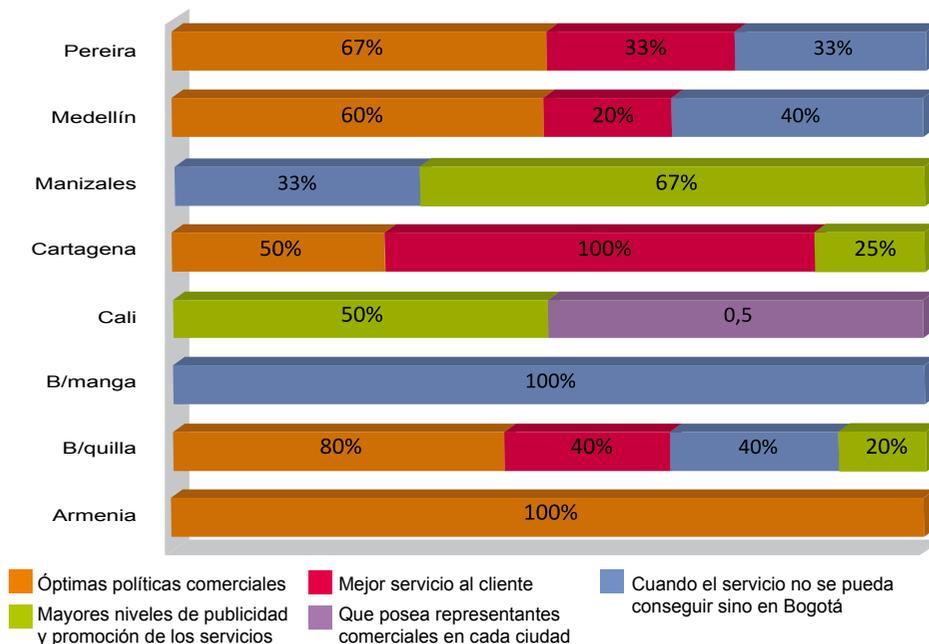


La información sobre los servicios de Bogotá llega a los empresarios del mercado nacional, en mayor proporción, a través de personas que los han utilizado y por representantes comerciales de las empresas oferentes. Así mismo, entre otros medios de reconocimiento están las ruedas de negocios, las ferias de exposición que se realizan en Bogotá y las misiones comerciales de la Cámara de Comercio de Bogotá.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

### 3. Servicios demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá

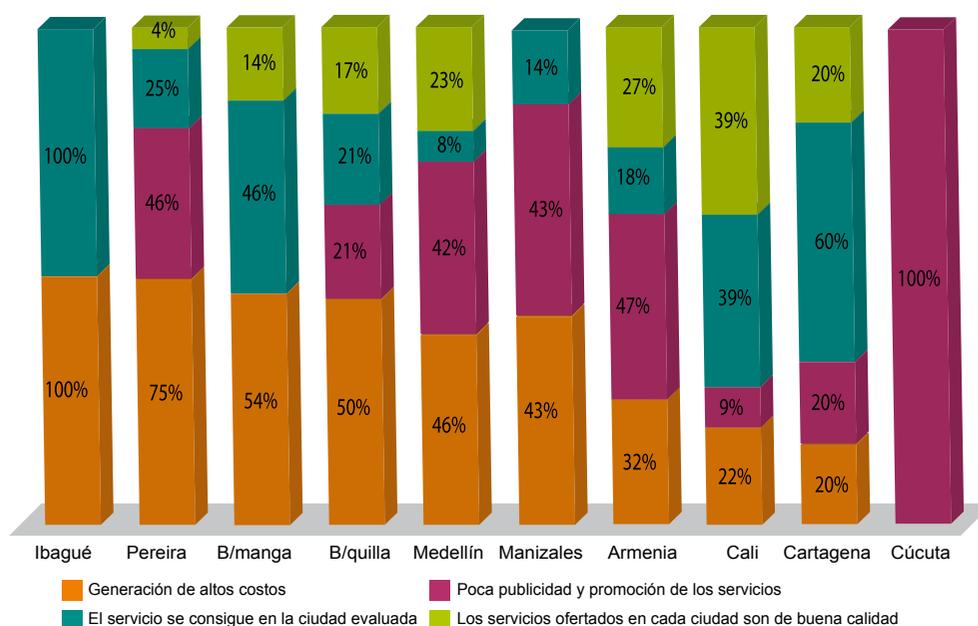
#### 3.5. Factores principales que motivan al empresario, a contratar más servicios al mercado de Bogotá



Entre los factores que motivan al empresario de otra ciudad a contratar servicios de empresas bogotanas se destacan: las políticas comerciales, el servicio al cliente y la exclusividad del servicio en Bogotá.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

#### 3.6. Razones por las que los empresarios de otras ciudades, NO contratan servicios de Bogotá



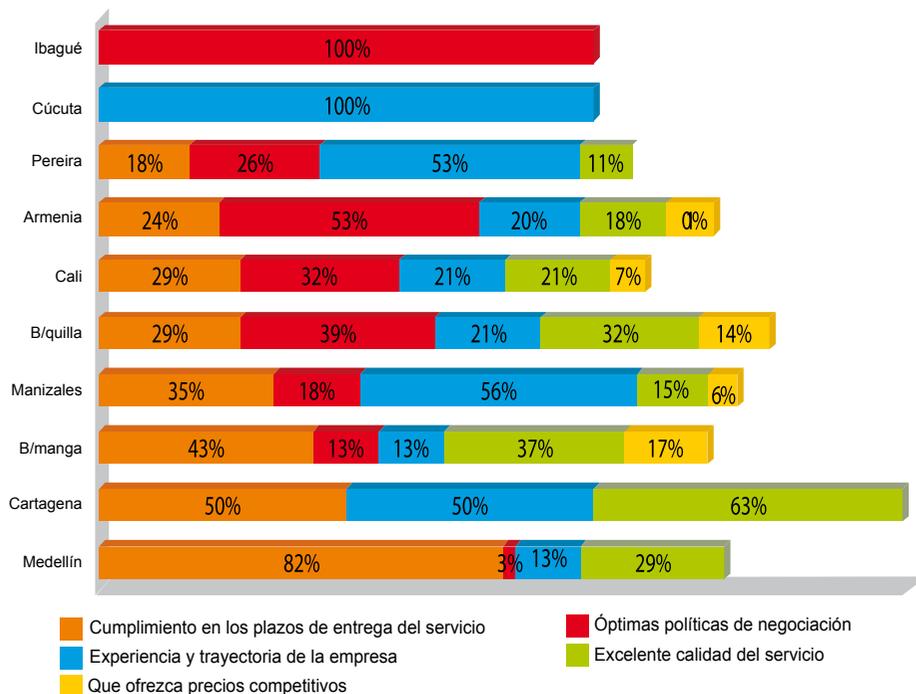
Los empresarios consideran que los altos costos y la escasa publicidad de los servicios bogotanos, son las principales razones para no contratar servicios ofrecidos por las empresas de Bogotá.

Además, consideran que los servicios que se ofrecen en su ciudad son de buena calidad.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

### 3. Servicios demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá

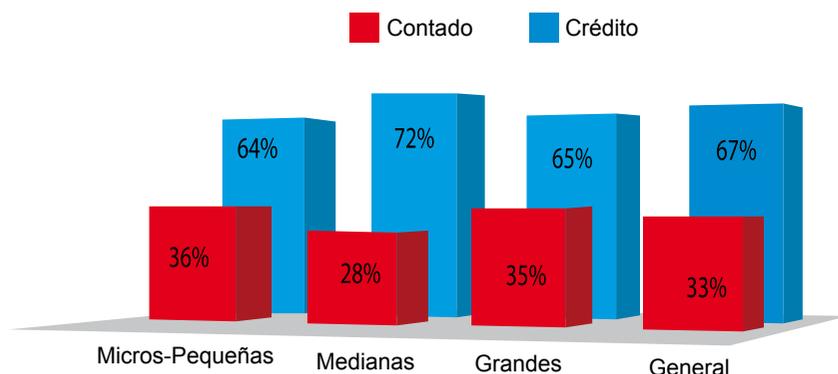
#### 3.7. Principales condiciones de negocio, que los clientes de otras ciudades exigen de sus proveedores



El cumplimiento en los plazos de entrega, la experiencia de la empresa y una óptima política de negociación, son las principales condiciones que exigen los clientes a las empresas de servicios bogotanas. Los clientes prefieren contratar servicios a empresas que ofrezcan como políticas de negociación: plazos amplios de pago; la opción de pagar a crédito o contado; que mantenga los precios y realicen descuentos sobre los servicios ofrecidos.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

#### 3.8. Principales opciones de pago utilizadas

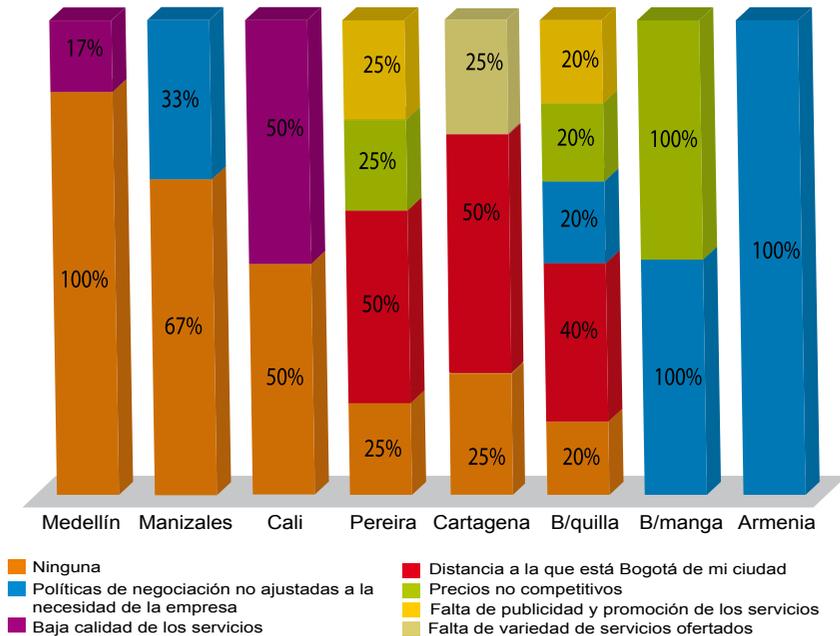


Sólo la tercera parte de los empresarios que contrata servicios a empresas de Bogotá considera que el pago de contado es la mejor opción. Por ello, eligen pagar en los 20 primeros días o con cheque a la fecha. Sin embargo, la mayoría prefiere el pago a crédito, en especial, la modalidad de crédito a más de 30 días. Las opciones de crédito a más largo plazo (45, 60 o 90 días) así como utilizar cheques posfechados, tienen poca acogida por los empresarios nacionales.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

### 3. Servicios demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá

#### 3.9. Principales debilidades que tienen los empresarios bogotanos, posicionando sus servicios en otras ciudades

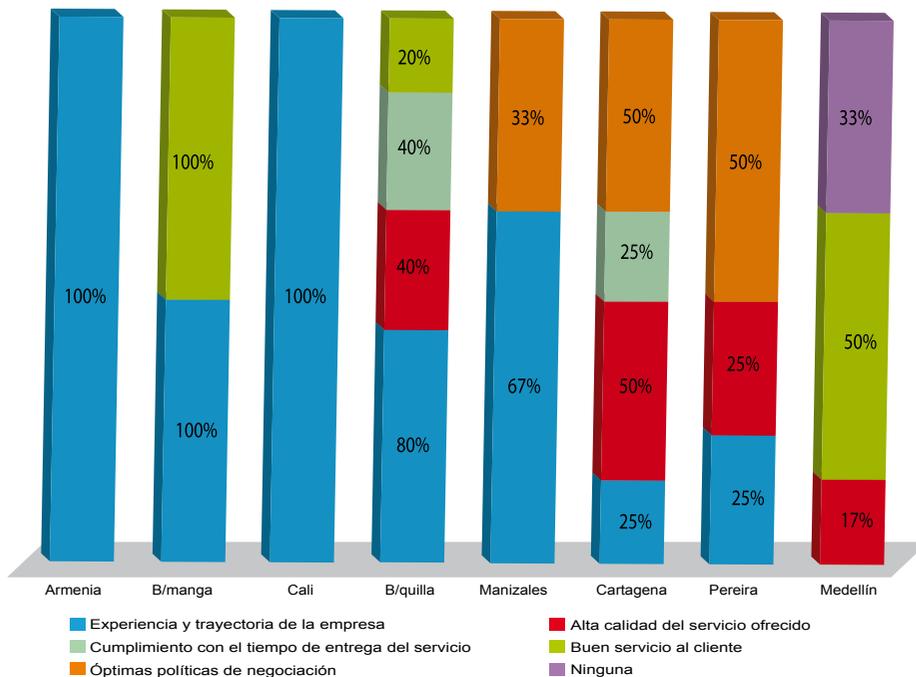


Los empresarios identificaron como los mayores obstáculos para contratar servicios de Bogotá la distancia que hay entre la capital y las ciudades colombianas y que no cuentan con una política de negociación que se ajuste a sus necesidades, por lo que también señalan que los precios no son competitivos.

Otros factores de menor peso en algunas ciudades son: la baja calidad del servicio, los precios competitivos y la poca variedad de los servicios ofertados.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

#### 3.10. Principales fortalezas que tienen los empresarios bogotanos posicionando sus servicios en otras ciudades



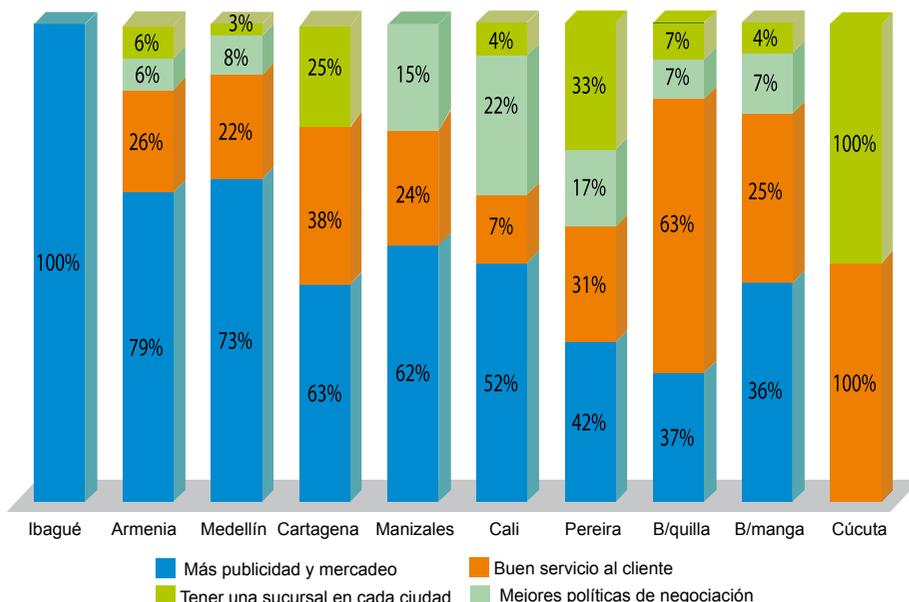
La mayor parte de los clientes de los servicios bogotanos contratan empresas que demuestran mayor experiencia y trayectoria en la prestación del servicio, junto con una alta calidad.

Un grupo menor de empresarios considera como fortaleza de los servicios de Bogotá su adecuada política de negociación, la calidad del servicio al cliente y el cumplimiento en los tiempos de entrega.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

### 3. Servicios demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá

#### 3.11. Principales consejos que los empresarios de otras ciudades dan a los empresarios bogotanos para que posicionen sus servicios

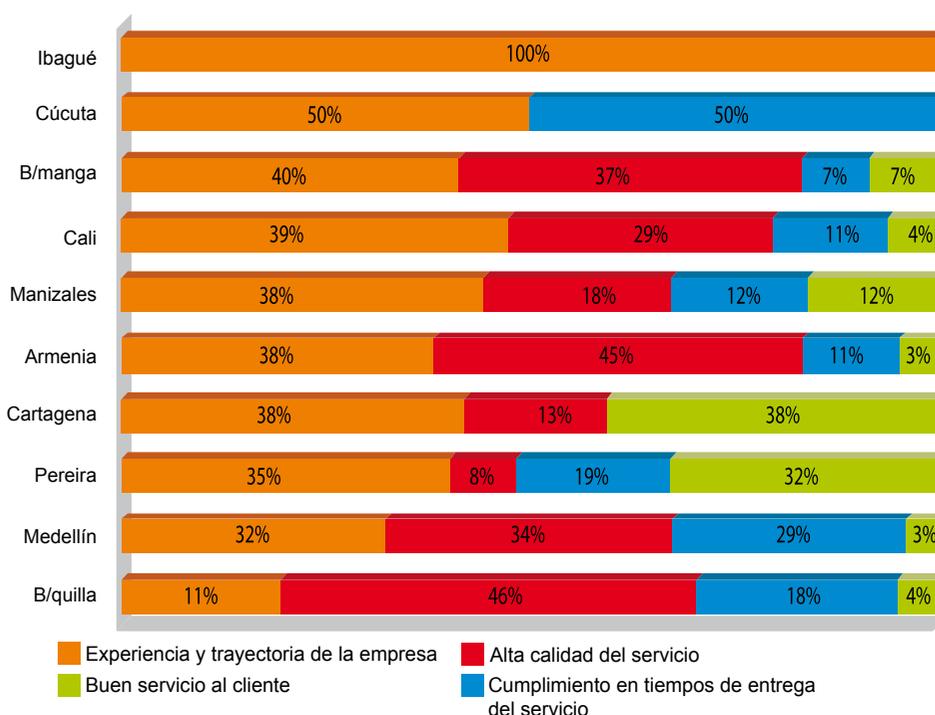


Para posicionar los servicios de las empresas de Bogotá en las principales ciudades del país recomiendan implementar una adecuada estrategia en publicidad y mercadeo, atención al cliente y políticas de negociación.

Por otra parte, algunos empresarios consideran que los servicios pueden lograr un mejor posicionamiento si las empresas bogotanas colocan sucursales en cada ciudad.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

#### 3.12. Principales características que debe tener un proveedor de servicios

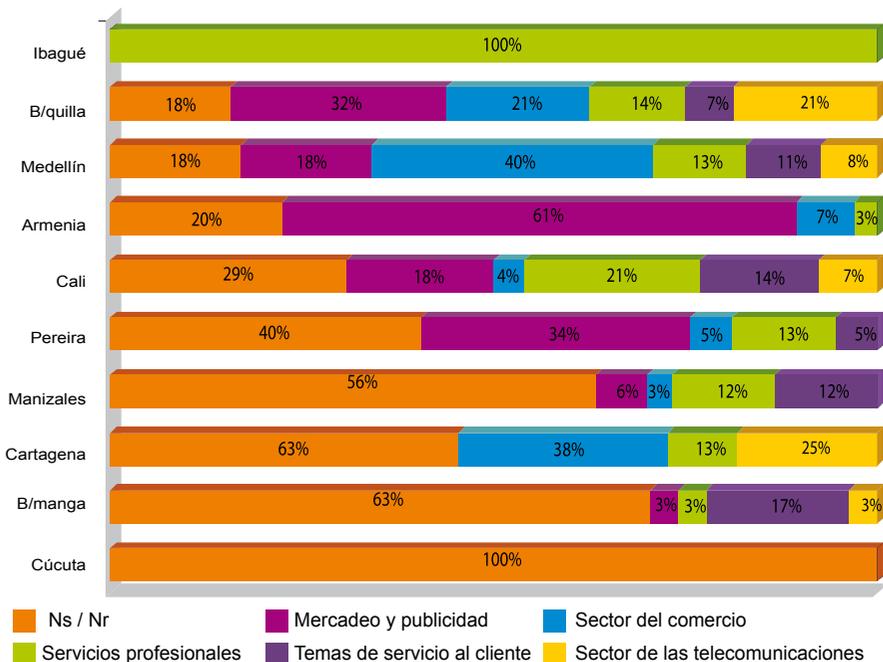


Las empresas bogotanas que buscan consolidar la oferta de servicios en las principales ciudades del país deben demostrar: amplia experiencia y trayectoria en la prestación del servicio, alta calidad y un excelente servicio al cliente, que incluye cumplir los compromisos adquiridos, especialmente en los tiempos de entrega.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

### 3. Servicios demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá

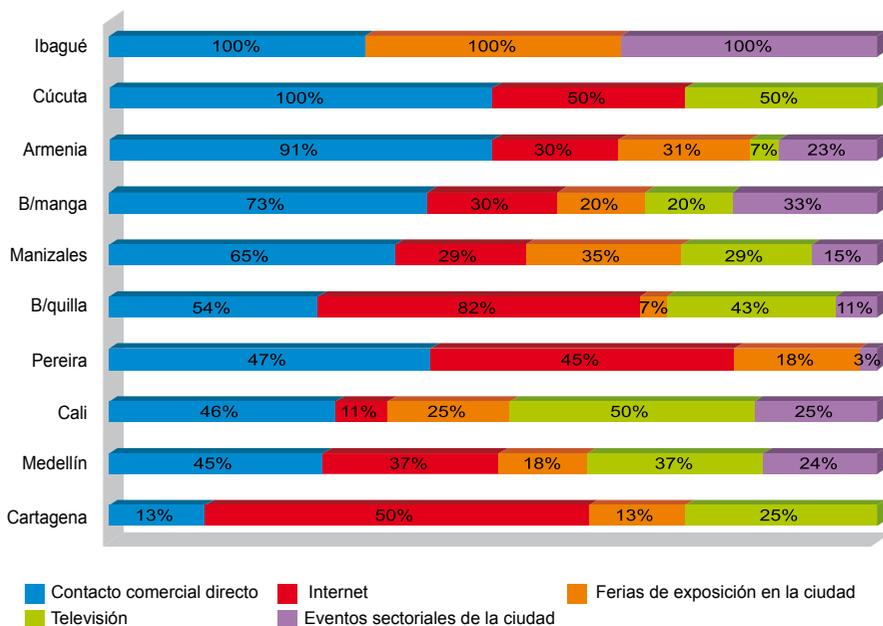
#### 3.13. Sectores en los cuales el empresario bogotano tiene oportunidades para vender servicios



Los empresarios de otras ciudades están demandando servicios profesionales relacionados con el área de publicidad y mercadeo. En estas actividades consideran que las empresas de Bogotá tienen experiencia y productos de calidad. Así mismo, identificaron que en algunas ciudades requieren servicios profesionales en el sector comercial, industrial y de construcción y en temas para la gestión empresarial como servicio al cliente, capacitación de personal y servicios en telecomunicaciones.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

#### 3.14. Medios por los cuales los empresarios de otras ciudades les gustaría saber de los servicios que ofrece Bogotá



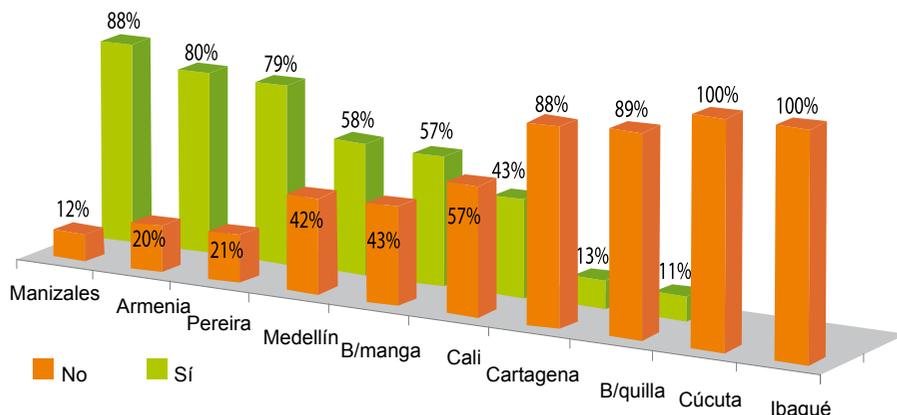
La mayor parte de los encuestados opina que para que un empresario de otra ciudad conozca los servicios que ofrece Bogotá lo más efectivo es realizar contacto directo, enviar información a través de internet, conociendo o participando de ferias y eventos sectoriales en la ciudad.

Otras herramientas que utilizan las empresas que buscan servicios especializados son Internet y publicidad a través de radio y televisión.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

### 3. Servicios demandados por los empresarios de 10 ciudades al mercado de Bogotá

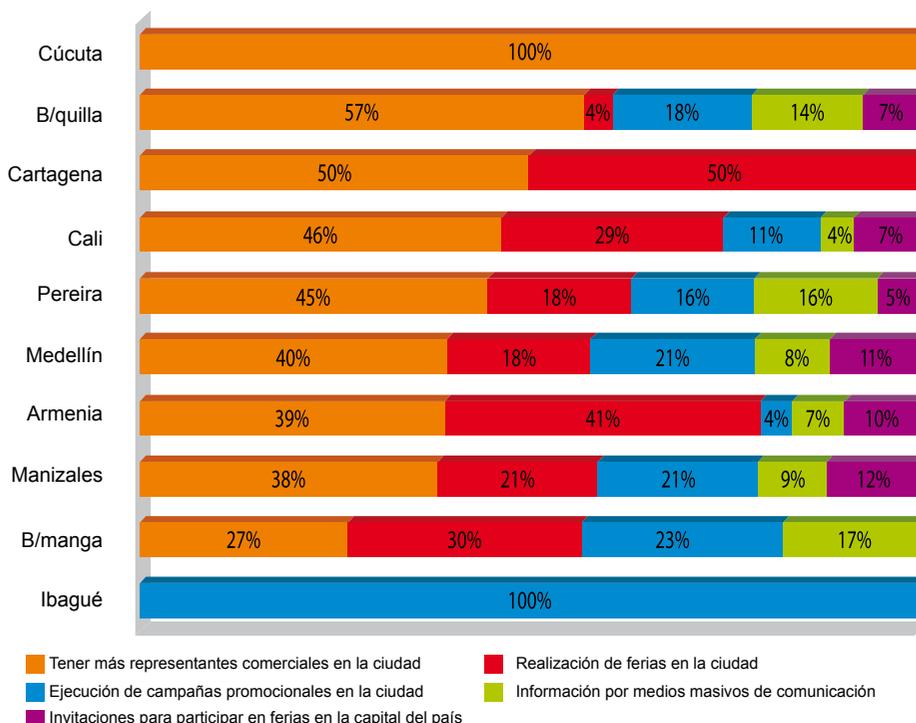
#### 3.15 ¿Cree que los servicios ofertados por las empresas de Bogotá son altamente conocidos entre los empresarios de esta ciudad?



Para el 62% de los empresarios los servicios ofrecidos por las empresas de Bogotá no son conocidos en otros mercados del país, debido a baja divulgación a través de medios de comunicación; existen mejores opciones a nivel local y la oferta y los clientes se encuentran en Bogotá, razón por la que las empresas no salen a otros mercados.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

#### 3.16. Medio más indicado para dar a conocer los servicios que venden los empresarios de Bogotá en las otras ciudades



Para que los empresarios de otras ciudades incrementen la demanda de servicios al mercado bogotano, los empresarios de las 10 ciudades más importantes del país recomiendan aumentar el número de representantes comerciales, realizar ferias en la ciudad, hacer campañas promocionales e incrementar la publicidad en los medios masivos en cada ciudad y a través de Internet.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

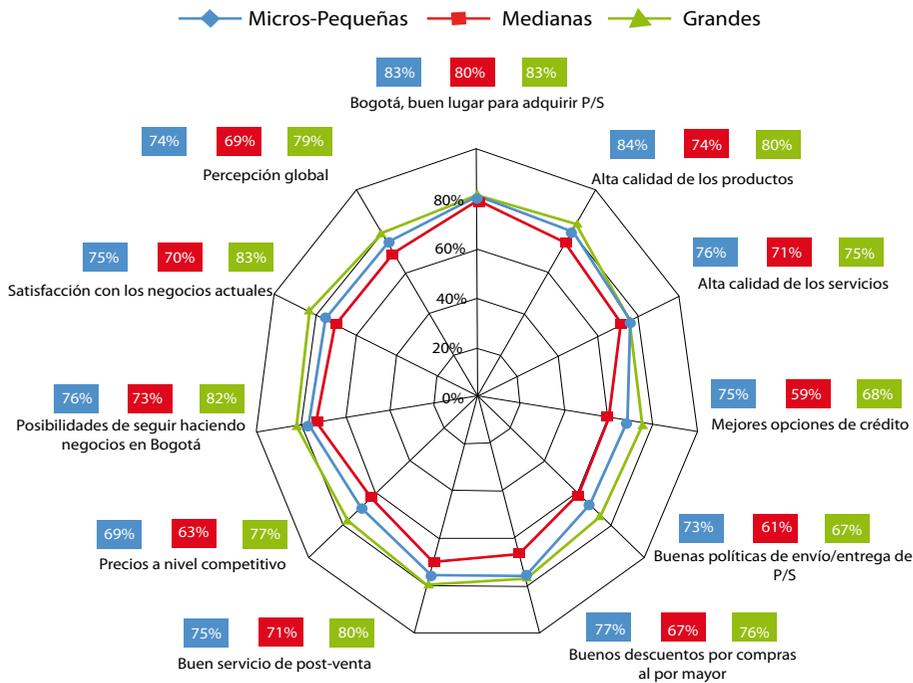




#### 4. Percepción de los empresarios de otras ciudades sobre los productos y servicios del mercado bogotano

# 4. Percepción de los empresarios de otras ciudades sobre los productos y servicios del mercado bogotano

## 4.1. Temas relevantes de los productos y servicios del mercado bogotano



En general, los empresarios que compran en Bogotá están satisfechos con el resultado de los negocios y califican como buena la calidad de los productos y servicios y el servicio postventa que ofrecen las empresas.

Los empresarios, con una percepción más favorable sobre los productos o servicios que se ofrecen en Bogotá, son las empresas grandes, mientras que las empresas medianas tienen una percepción menos favorable.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

## 4.2. Principales obstáculos de las empresas para adquirir los productos y servicios ofrecidos por los proveedores de Bogotá

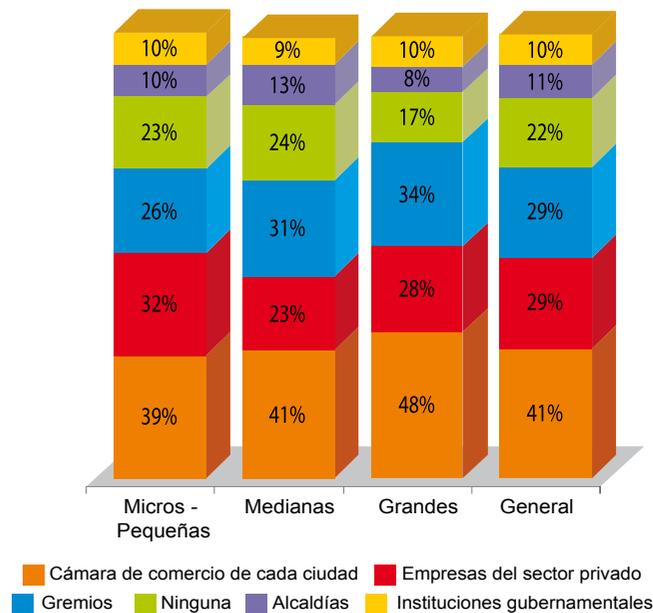
OBSTÁCULO	MICROS-PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Desconocimiento de lo que ofrece el mercado de Bogotá	39%	44%	34%	40%
Limitados canales de comercialización	39%	36%	29%	37%
Demora en los tiempos de entrega de los pedidos	24%	20%	22%	22%
Altos precios de los p/s que se venden en Btá	15%	20%	20%	17%
Baja capacidad de oferta por parte del mercado de Bogotá	16%	14%	17%	16%
Ninguno	12%	12%	17%	13%
Otros	6%	5%	5%	6%

Una empresa Mipyme o grande que acude al mercado bogotano en busca de productos y servicios para su operación, puede declinar su intención de compra debido a: desconocimiento o falta de información sobre la oferta del mercado; al reducido número de canales de comercialización o por que las empresas no garantizan la entrega de los productos o servicios en el tiempo acordado.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

## 4. Percepción de los empresarios de otras ciudades sobre los productos y servicios del mercado bogotano

### 4.3. Principales entidades de cada ciudad que pueden ayudar a las empresas de Bogotá a mejorar el conocimiento y posicionamiento de los productos y servicios



En opinión de los empresarios, las entidades que más aportan al conocimiento y posicionamiento de los productos y servicios bogotanos son las Cámaras de Comercio de cada ciudad, gracias a los programas de apoyo empresarial y emprendimiento. Así mismo, consideran que la empresa privada y los gremios son fundamentales para dar a conocer la oferta del mercado de Bogotá. Consideran que el papel de las instituciones gubernamentales es limitado para contribuir a posicionar a las empresas y al mercado bogotano como proveedor de productos y servicios para otras ciudades.

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

### 4.4. Principales aspectos que deben fortalecer los empresarios de Bogotá

ASPECTOS POR FORTALECER	MICROS-PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Hacer más mercadeo/publicidad	44%	44%	41%	44%
Dar precios más competitivos	20%	19%	15%	19%
Mejorar el servicio al cliente	18%	17%	19%	18%
Mejorar la calidad de los P/S	16%	16%	13%	15%
Más representantes de ventas	14%	16%	15%	15%
Establecer mejores condiciones comerciales	11%	10%	11%	11%
Ser cumplido en las entregas de los P/S	10%	9%	11%	10%
Ns/N r	4%	5%	6%	5%
Otros	17%	18%	16%	18%

Los empresarios consideran que para mejorar la oportunidad de los productos y servicios bogotanos en otras ciudades es necesario ampliar las estrategias de mercadeo y publicidad, manejar una política de precios, fortalecer el servicio al cliente y agregar valor a los productos y servicios para mejorar su calidad y competitividad.

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

# Conclusiones

Bogotá ha logrado mejorar su posicionamiento frente a las más importantes ciudades de América Latina. Entre el 2003 y el 2010, la ciudad avanzó del puesto 16 al 8 en el escalafón de las 50 mejores ciudades para hacer negocios en América Latina, que elabora América Economía Intelligence. Bogotá se consolidó en la Región Andina, como la ciudad más competitiva, con estabilidad política, condiciones favorables para los negocios y calidad de vida que ofrece la ciudad.

Los empresarios e inversionistas nacionales e internacionales destacan a Bogotá como destino atractivo por ofrecer seguridad y oportunidades para hacer negocios e invertir, contar con una estructura productiva diversificada, con liderazgo en las actividades de servicios, con una importante transformación en la gestión urbana, un significativo avance en la plataforma de servicios logísticos y empresariales y con un recurso humano que es valorado nacional e internacionalmente por sus habilidades y destrezas en emprendimiento y gestión empresarial.

A partir de 2008, inició un ciclo de reducción en la dinámica económica del país con efectos en la economía de Bogotá<sup>1</sup> (caída del consumo, la inversión y las exportaciones), reflejo de la crisis económica mundial y de la caída del comercio internacional<sup>2</sup>; el PIB para este año fue de 2.1%, para el 2009 se proyectó un crecimiento del 0.1% y para 2010 las perspectivas son más optimistas, 4%.

Así mismo, en el tercer trimestre de 2010 se redujo la tasa de desempleo (10,3%) con lo que el número de desempleados llegó a los 419 mil; aumentó el valor de las exportaciones, que llegaron a US\$3.574 millones, US\$62 millones más que en el 2009 y aumentó el volumen de las ventas del sector industrial<sup>3</sup> y del comercio.

Por ello, el reto para Bogotá es fortalecer las fuentes dinámicas de crecimiento que le permitan alcanzar a la ciudad y la Región tasas de crecimiento de por lo menos el 7% para estimular la inversión y la generación de empleo con base en estrategias orientadas a dinamizar la demanda interna, aumentar el número de empresas que se crean en la ciudad y la productividad de las existentes, mejorar la formación en negocios para las destrezas y habilidades del recurso humano, fortalecer el mercado interno con mayores negocios y atracción de inversión e identificar y aprovechar oportunidades para ampliar la demanda

- 
1. En el menor crecimiento de la economía bogotana incidió la crisis internacional que causó la recesión de los Estados Unidos y de las dificultades en el comercio con Venezuela y Ecuador.
  2. Según la Cepal (2008), la desaceleración del crecimiento económico en los países latinoamericanos ha sido consecuencia de factores como: la caída de la demanda de los principales socios comerciales, la disminución de las remesas desde Estados Unidos y la Unión Europea, la caída en los precios de los productos básicos de exportación, el mayor costo de los créditos externos y la reducción en la inversión extranjera directa.
  3. Los sectores más beneficiados fueron los vehículos automotores, autopartes, el papel y cartón, bebidas no alcohólicas, productos de molinería, almidones, panadería y artículos de plástico y caucho.

# Conclusiones

externa, con una mayor inserción de las empresas de Bogotá y la producción regional de bienes y servicios en los mercados nacional e internacional.

Como respuesta a las limitaciones del crecimiento económico sustentado en la dinámica de la economía global y de las exportaciones, es necesario que los sectores público y privado de la región concentren sus esfuerzos en consolidar el mercado interno para darle sostenibilidad al crecimiento de las empresas y aprovechar las condiciones de la ciudad para promover una estrategia de difusión y acercamiento a los mercados de otras ciudades y regiones del país, con el objetivo de incrementar las ventas e impulsar el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en actividades económicas en sectores con potencial exportador y de negocios. Según la Comisión Regional de Competitividad los sectores con potencial exportador y de negocios en Bogotá y la región son:

Bienes	Servicios
Agroindustria	Turismo
Moda	Salud
Plásticos	Tics
Cosméticos	Industrias Culturales
Papel, imprentas, editoriales y artes gráficas	Logística
Química y Petroquímica	Educación Superior
Automotor y autopartes	Diseño, construcción y obras públicas
	Servicios Empresariales: Call Centers y BPOs

*Fuente:* Plan Estratégico Exportador, Coalición Regional de Servicios, Bogotá Innova, Invest in Bogotá, Comisión Regional de Competitividad

Según los indicadores de la economía regional, el mercado que integran las 10 principales ciudades colombianas se caracteriza por: su poder de compra, con la participación de 11 millones de habitantes, es decir, el 27% del total de la población Colombiana, genera el 28% del empleo, el 47% del PIB y el 34% de las exportaciones, recibe el 19% de la inversión extranjera (IED) y tiene el 29% de las empresas del país. (Anexo 1).

En este sentido, los resultados del presente estudio indican que existe un mercado potencial con amplias oportunidades para generar mayor demanda para los productos y servicios que ofrece el mercado de Bogotá.

Es indispensable que los empresarios de Bogotá y la región orienten sus esfuerzos en incursionar al mercado de las principales ciudades del país como estrategia para incrementar el número de sus clientes y el volumen de sus ventas e ingresos. Para ello, los empresarios deben tener en cuenta aspectos como los que se enumera a continuación:

1. El desarrollo de estrategias tendientes a hacer seguimiento comercial a cada uno de los clientes reales y potenciales a través de herramientas como internet, que permiten a

# Conclusiones

muy bajo costo, llegar a un mayor número de clientes en el mercado local, regional e internacional. El uso de esta herramienta es fundamental para que el empresario externo conozca y se interese en los productos y servicios bogotanos.

2. Mantener suficiente inventario o stock de productos para atender la demanda de los empresarios de otras regiones, este factor genera confianza y fidelidad por parte de los clientes en las ciudades donde tenga presencia la empresa bogotana.
3. Generar óptimas políticas de servicio al cliente, desde la perspectiva de vender productos y servicios en condiciones técnicas y de calidad requeridas por el cliente; entregar el producto y/o el servicio en el tiempo y lugar establecidos y el contar con oficinas o puntos de atención en la ciudad, con representación comercial en capacidad de atender el mercado regional.
4. Realizar estudios de precios de productos y servicios y analizar la competitividad de los precios frente a otras ciudades y regiones del país con el propósito de identificar nuevas oportunidades de negocios para los productos y servicios del mercado bogotano.
5. Desarrollar estrategias publicitarias y generar campañas promocionales que contribuyan a mejorar el conocimiento sobre los productos y servicios que se venden en Bogotá.

Así mismo, para incrementar las oportunidades de negocios en las 10 principales ciudades colombianas, los empresarios bogotanos deben considerar, en su estrategia de mercadeo y ventas, la información sobre los **principales obstáculos que han identificado los empresarios que demandan los productos y los servicios bogotanos**, según el tamaño de las empresas y la ciudad a la que pertenecen:

- Para **las empresas medianas**, los altos precios de los productos y servicios que se venden en Bogotá y el desconocimiento de lo que se ofrece en el mercado de Bogotá.
- Para **las empresas micro y pequeñas**, los principales obstáculos identificados son los limitados canales de comercialización, demora en los tiempos de entrega de los pedidos y baja capacidad de oferta por parte del mercado bogotano.
- En **las empresas grandes**, el principal obstáculo es la baja calidad de los productos y servicios que se venden en Bogotá.
- En **Ibagué**, el principal obstáculo para adquirir productos y servicios de Bogotá es la baja capacidad de oferta por parte del mercado de Bogotá.

# Conclusiones

- En **Manizales, Bucaramanga y Cali**, los principales obstáculos son los limitados canales de comercialización y el desconocimiento de lo que ofrece el mercado de Bogotá.
- Los empresarios de **Armenia, Cali y Pereira**, afirman que el mayor obstáculo es el desconocimiento de lo que ofrece el mercado de Bogotá.
- En las ciudades de **Medellín y Cúcuta**, los obstáculos son la demora en los tiempos de entrega de los pedidos y los limitados canales de comercialización.
- En **Barranquilla** los obstáculos son la baja calidad de los productos y servicios que se venden en Bogotá y los altos precios.
- Por último, los empresarios de la ciudad de **Cartagena** consideran que el principal obstáculo es la demora en los tiempos de entrega de los pedidos.

# Anexo 1

## Indicadores económicos y empresariales de las 10 principales ciudades de Colombia

Ciudad	PIB (Millones de Pesos )		Población		Exportaciones		Importaciones		Tasa de Ocupación		Tasa Desempleo		Empresas % en Colombia (2010)	Activos
	%	Año base 2000	%	"Total (Miles)"	%	Total US \$ (Miles)	%	Total US \$ (Miles)	%	"Total (Miles)"	%	Total (Miles)		
Armenia	0,83%	2.264.353	1%	280	0,3%	78.404	0,1%	31.343	51,4%	117	15,9%	22	0,8%	0,2%
Cali	10,89%	29.796.834	5%	2.289	5,7%	1.643.717	10,7%	3.117.150	58,3%	1.084	13,7%	172	6,7%	8,9%
Cúcuta	1,58%	4.316.964	2%	760	0,7%	190.641	0,34%	100.003	54,6%	322	13,4%	50	3,2%	0,8%
Cartagena	3,52%	9.646.253	2%	895	6,8%	1.950.977	6,3%	1.838.181	50,5%	355	12,2%	49	1,6%	2,0%
Barranquilla	4,21%	11.521.940	17%	1.709	2,6%	757.437	5,3%	1.541.886	53,5%	718	10,3%	82	4,0%	10,7%
Bucaramanga	6,04%	16.532.341	2%	1.010	1,1%	330.766	1,5%	435.631	61,8%	510	11,8%	68	2,7%	1,8%
Ibagué	2,17%	5.937.896	1%	494	0,6%	182.766	0,1%	18.163	54,3%	214	19,5%	52	2,2%	0,5%
Manizales	1,78%	4.882.665	1%	402	1,5%	438.221	0,8%	223.260	48,1%	161	16,8%	32	1,2%	1,1%
Medellin	14,89%	40.761.338	8%	3.346	11,5%	3.336.388	11,8%	3.441.931	56,1%	1.574	13,6%	248	5,5%	23,9%
Pereira	1,73%	4.733.355	1%	593	1,3%	386.080	0,7%	189.789	51,9%	251	20,5%	65	1,3%	0,6%
Total	47,6%	130.393.939	27%	11.778	32%	9.295.398	37%	10.937.318		5.306		841	29%	50%
Total Colombia		273.710.257		44.067		28.919.315		29.272.812	55,6%	19.342	11,50%	2.503		

**Cálculos:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.

### PIB

**Fuente:** DANE, Cuentas Departamentales.2000-2007p

### Exportaciones e importaciones

**Fuente:** DANE-DIAN, Enero - Septiembre, 2010.  
Corresponde al total departamental

### Tasa de Ocupación y Tasa Desempleo

**Fuente:** DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares (Marzo 2010.)

### Empresas y valor de activos

**Fuente:** Confecámaras, 2010.

## Anexo 2

# Productos y servicios que le compran a Bogotá por ciudad

### Armenia

Sector	Principales Productos	Tamaño de la Empresa		
		Micro/Pequeña	Mediana	Grande
Comercio	1	Bolsos	Productos nuevos	Productos plásticos
	2	Electrodomésticos	Lámparas	Marroquinería
	3	Confección	Productos avícolas	Desechables plásticos
	4	Colchones	Calentadores	Bicicletas
	5	Ropa	Calzado: tenis	Maderas
	6	Papelería	Ropa	Cacharrerías
	7	Repuestos	Joyería	Variedad de productos
	8	Harina	Decoración del hogar	Desechables plásticos
	9	Hilos	Vidrio	Maderas
	10		Arcilla	Cacharrerías
Industria	1	Icopor	Miscelánea	Pinturas
	2	Láminas	Juguetería	Alimentos
	3	Telas	Maderas	
	4	Insumos para confección		
	5	Cuero		
	6	Talabartería		
	7	Ferretería		
Servicios	1	Kerastase	Motores	Decoración del hogar
	2	Fotocopiadoras	Decoración del hogar	Láminas
	3	Flores	Equipos odontológicos	
	4	Aceites		
	5	Motores		
	6	Cereales		
	7	Computadores		
	8	Repuestos		

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.  
Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

## Anexo 2

# Productos y servicios que le compran a Bogotá por ciudad

### Barranquilla

Sector	Principales Productos	Tamaño de la Empresa		
		Micro/Pequeña	Mediana	Grande
Comercio	1	Aceite	Mantenimiento de máquinas	Máquinas para juegos de azar
	2	Sillas	Textiles	Telas
	3	Maderas	Asesorías	
	4	Accesorios para carro	Vidrios	
	5	Publicidad	Cementos	
	6	Insumos	Textiles	
	7	Asesoría para remodelación del hogar	Pinturas	
	8	Maquinaria	Acrílico	
	9	Joyería	Computadores	
	10	Investigación de mercados	Distribuidores	
Industria	1	Alimentos	Accesorios	Lienzo
	2	Polietileno	Cables	Pisos
	3	Adornos	Alimentación	Tapetes
	4	Cartón y productos de papel	Láminas	Aluminio
	5	Asesorías		
	6	Alimentos y bebidas		
Servicios	1	Elementos de computadores	Suministros	Redes de infraestructura
	2	Equipo de Laboratorio	Muebles	Repuestos
	3	Computadores	Papelería	Papelería
	4	Pinturas	Accesorios	
	5	Papelerías	Instrumentos musicales	
	6	Trasformadores	Redes de infraestructura	
	7	Mantenimiento de máquinas	Químicos	
	8	Publicidad	Asesorías	
	9	Miscelánea	Medicamentos en General	
	10	Equipos odontológicos		
Construcción	1	Rejillas para agua potable	Cerraduras	Llantas
	2	Cemento	Construcción	Varillas
	3	Varillas	Eléctricos	
	4	Ferretería	Muebles	

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.  
Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia, 2009".

## Anexo 2

# Productos y servicios que le compran a Bogotá por ciudad

### Bucaramanga

Sector	Principales Productos	Tamaño de la Empresa		
		Micro/Pequeña	Mediana	Grande
Comercio	1	Aspiradoras	Lámparas	Purga
	2	Llantas	Herramientas	Llantas
	3	Tornillería	Bujes originales	Antigripales
	4	Repuestos	Medicamentos en general	Chifonier
	5	Telas	Parte eléctrica	Sintéticos
	6	Cuero	Artesanías	Sellos
	7	Vitaminas	Palmicultores	Textiles
	8	Productos naturales	Cueros	
	9	Cuero	Colchones	
	10	Espejos	Portátil	
Industria	1	Muebles	Cable	Espumas
	2		Aceros de mejor calidad	Millo
	3		Láminas	
Servicios	1	Mezcladores	Equipos de automatización	Prolipropileno
	2	Maquinarias	Apagadores	Antibióticos
	3	Carcasas	Equipos de sincronización	
	4	Pigmentos	Consultoría	
	5	Eléctricos	Servicios de gastronomía	
	6	Monturas	Sistemas de riesgo - Seguridad	
	7	Repuestos	Insecticidas	
	8		Lentes	
Agrícola	1		Insumos	Materia prima importada

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.  
Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia, 2009".

## Anexo 2

# Productos y servicios que le compran a Bogotá por ciudad

### Cali

Sector	Principales Productos	Tamaño de la Empresa		
		Micro/Pequeña	Mediana	Grande
Comercio	1	Carnes frías	Extintores	Tejas
	2	Repuestos	Levadura	Electrodomésticos
	3	Papelería	Publicidad	Productos plásticos
	4	Maderas	Alimentos	Repuestos
	5	Pegantes	Adornos decorativos	Telas
	6	Lineas Telefónicas	Maderas	Ropa
	7	Grúas	Plásticos	Papelería
	8	Cerámicas	Pegantes	Publicidad
	9	Láminas	Hierro	Telas
	10	Maderas	Enlatados	Instrumentos musicales
Industria	1	Telas	Telas	Catálogos
	2	Aluminio	Carnes frías	Cereales
	3	Textiles	Químicos	Productos lácteos
	4	Cuero		Alimentos
	5			Repuestos
	6			Ropa
	7			Metalurgia
	8			Maderas
	9			Artesanías
	10			Hierro
Servicios	1	Computadores	Repuestos	Ropa
	2	Grúas	Equipos de oficina	Bienes raíces
	3	Productos de belleza	Cables	Reciclaje
	4	Elementos de computadores	Grúas	Ganado
	5	Turismo	Medicamentos en general	
	6	Productos medicinales		
	7			
	8			
	9			
	10			
Construcción	1	Maderas	Maquinaria etiquetado	Papelería
	2	Cemento	Pinturas	
	3		Construcción	

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.  
Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia, 2009".

## Anexo 2

# Productos y servicios que le compran a Bogotá por ciudad

### Cartagena

Sector	Principales Productos	Tamaño de la Empresa		
		Micro/Pequeña	Mediana	Grande
Comercio	1	Prótesis	Cigarrería	Calzado: tenis
	2	Asesorías	Aceros de mejor calidad	Telas
	3	Papelería	Muebles	Ferretería
	4	Ferretería	Alimentos	Varillas
	5	Telas	Telas	Entrega inmediata
	6	Muebles	Productos de aseo	Alimentos
	7	Cable	Panadería	Químicos
	8	Calzado: tenis	Repuestos	Textiles
	9	Joyería	Equipos médicos	Insumos
	10	Bombillas		
Industria	1	Telas	Insumos	Químicos
	2		Azúcar	
	3		Papelería	
	4		Panadería	
	5		Capacitación en pinturas	
	6		Productos de aseo	
Servicios	1	Combustible y lubricantes	Papelería	Químicos
	2	Papelería	Alimentos	Papelería
	3	Maquinaria	Gestión rápida y oportuna	Equipos odontológicos
	4	Construcción	Accesorios	Publicidad
	5	Ganado	Productos de aseo	Cigarrería
	6	Muebles		
	7	Equipos de laboratorios		
	8	Equipos de oficina		
	9	Electrobomba		
	10	Mantenimiento de las máquinas		
Construcción	1	Publicidad	Materiales de construcción	Materiales de construcción
	2	Poliuretano	Variedad de productos	
	3	Medicamentos en general		
	4	Construcción		

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.  
Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia, 2009".

## Anexo 2

# Productos y servicios que le compran a Bogotá por ciudad

### Cúcuta

Sector	Principales Productos	Tamaño de la Empresa		
		Micro/Pequeña	Mediana	Grande
Comercio	1	Fotocopiadora	Tapicería	Impresión
	2	Medicamentos en general	Telas	Muebles
	3	Capacitación en calidad	Colchones	Repuestos
	4	Decoración del hogar	Repuesto	Insumo para confección
	5	Pegantes	Productos nuevos	Plantas eléctricas
	6		Papelería	Sintéticos
	7	Miscelánea	Cigarrería	Cigarrería
	8	Cacharrería	Cuero	Cuero
	9		Ropa interior femenina	Productos de belleza
	10	Motobomba	Computadores	Accesorios para carro
Industria	1	Variedad de productos	Metalúrgica	Instrumentos musicales
	2	Maderas		
Servicios	1	Capacitación en calidad	Materiales de construcción	Publicidad

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.

Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia, 2009".

## Anexo 2

# Productos y servicios que le compran a Bogotá por ciudad

### Ibagué

Sector	Principales	Tamaño de la Empresa		
		Micro/Pequeña	Mediana	Grande
Comercio	1	Telas	Herramientas	Juguetería
	2	Productos nuevos	Ropa	Alimentos
	3	Papelería	Peluches	Ropa
	4	Caucho	Calzado: tenis	Fragancias
	5	Cuero	Carnes frías	Alimentos para animales
	6	Bisutería	Productos Esotéricos	Papelería
	7	Artículos para bebé	Alimentos para animales	Carnes frías
	8	Cuerdas	Vidrio	Cuero
	9	Cerraduras	Juguetería	Decoración para el hogar
	10		Lentes	Telecomunicaciones
Industria	1	Placas para batería	Harinas	
	2	Alimentos	Productos lácteos	
	3	Pinturas	Decoración del hogar	
	4	Productos esotéricos		
	5	Salsas		
	6	Decoración para el hogar		
	7	Productos lácteos		
Servicios	1	Productos de belleza	Medicamentos en general	Alimentos para animales
	2	Medicamentos en general	Publicidad	
	3	Cuero		

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.  
Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia, 2009".

## Anexo 2

# Productos y servicios que le compran a Bogotá por ciudad

### Manizales

Sector	Principales Productos	Tamaño de la Empresa		
		Micro/Pequeña	Mediana	Grande
Comercio	1	Ganado	Ropa	Asesorías para remodelaciones de hogar
	2	Medicamentos en general	Avícola	Accesorios para Bebe
	3	Ropa	Desechables	Carnes frías
	4	Parte eléctrica	Aceros de mejor calidad	Tratamientos capilares
	5	Productos importados	Abarrotes	Electrodomésticos
	6	Telas	Productos naturales	Cosméticos
	7	Accesorios	Harina	Textiles
	8	Plástico	Cereales	Cemento
	9	Cacharrería	Icopor	Telas
	10	Cigarrería	Productos de belleza	Servicio de gastronomía
Industria	1	Fórmica	Alimentos	Cemento
	2	Investigación de mercados	Telas	Repuestos de maquinaria
	3	Algodón	Hierro	Asesoría virtual
	4			Plásticos
	5			Ropa
Servicios	1	Construcción	Equipos de peluquería	Gas propano
	2	Alimentos	Libros	Tubería PVC
	3	Inducidos	Carnes frías	Accesorios
	4	Material fotográfico	Asesorías	Productos medicinales
	5	Lencería	Cereales	Repuestos
	6	Pinturas	Papelería	
	7	Alimentos	Llantas	
	8	Papelería	Maquinaria	
	9	Avícolas	Elementos para computadoras	
	10	Productos perecederos	Medicamentos en general	
Agrícola	1		Hierro	Papelería
	2		Plástico	Cámaras
	3			Maquinaria
Construcción	1	Aceros de mejor calidad	Hierro	Polipropileno
	2	Vidrios	Plástico	Asesorías

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. 2009".

## Anexo 2

# Productos y servicios que le compran a Bogotá por ciudad

### Medellín

Sector	Principales Productos	Tamaño de la Empresa		
		Micro/Pequeña	Mediana	Grande
Comercio	1	Nylon	Equipos de soldadura	Transformadores
	2	Vidrio	Arcilla	
	3	Memorias USB	Sellos	Crema para Helados
	4	Bobinas	Repuestos	Insumos
	5	Pegantes	Empaques para productos	
	6	Láminas	Caucho	
	7	Maderas	Telas	
	8	Aluminio	Abarrotes	
	9	Accesorios	Láminas	
	10	Hilos		
Industria	1	Accesorios	Calzado: tenis	Repuestos
	2	Vigas	Aluminio	Combustible y lubricantes
	3	Plásticos	Pegantes	Productos de aseo
	4	Repuestos	Herramientas	Telas
	5	Maderas	Vidrios	Joyería
	6	Algodón	Láminas	Láminas
	7	Láminas	Nylon	Maderas
	8	Polietileno	Químicos	Nylon
	9	Reciclaje		Reciclaje
	10	Portátil		Tintas
Servicios	1	Repuestos	Químicos	Telas
	2	Productos de aseo	Cofres fúnebres	
	3	Crema para helados		
	4	Medicamentos en general		
	5	Equipos de soldadura		
	6	Aceite		
	7	Láminas		
	8	Monturas		
	9	Espejos		
	10	Forros		
Construcción	1	Cemento	Aluminio	
	2	Aluminio	Bobinas	
	3	Maderas	Tuberías PVC	
	4	Marquetería	Forros	

## Anexo 2

# Productos y servicios que le compran a Bogotá por ciudad

### Pereira

Sector	Principales Productos	Tamaño de la Empresa		
		Micro/Pequeña	Mediana	Grande
Comercio	1	Lentes	Repuestos	Productos nuevos
	2	Insumos para confección	Telas	Tecnología
	3	Asesorías	Ropa	Ladrillerías
	4	Aceite	Productos plásticos	Carnes frías
	5	Químicos	Productos naturales	
	6	Productos naturales	Alimentos para animales	
	7	Hilos	Papelería	
	8	Ropa	Productos importados	
	9	Fragancias	Repuestos para maquinaria	
	10	Papelería	Artesanías	
Industria	1	Alimentos	Telas	Insumo para cultivo de caña
	2	Insumos para confección	Productos de acero	Eléctricos
Servicios	1		Repuestos	Material didáctico
	2	Cámaras	Accesorios para carros	Catálogos
	3	Celulares	Papelería	Tecnología
	4	Papelería	Material POP	Carnes frías
	5	Bases de datos	Cajas para sellos	Material reactivo
	6	Inmuebles	Papelería	Papelería
	7	Repuestos	Panadería	Llantas
	8	Alimentos	Sistema de audio	Impresión
	9	Productos de acero	Equipos de automatización	
	10	Panadería	Pinturas	
Construcción	1	Pisos		Repuestos para maquinaria
	2			Construcción
Agrícola	1			Fertilizantes

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.  
Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia, 2009".

## Anexo 3

# Aspectos que tienen en cuenta los empresarios de otras ciudades cuando compran nuevos productos

ASPECTO	TAMAÑO DEL MERCADO											
	Micros-Pequeñas %			Medianas %			Grandes %			Total %		
	Nunca	Rara vez	Siempre	Nunca	Rara vez	Siempre	Nunca	Rara vez	Siempre	Nunca	Rara vez	Siempre
Se analizan al detalle todas las características del producto/servicio.	15	14	85	2	12	86	2	13	85	2	13	86
Se tiene y analiza varias opciones de proveedores.	2	16	82	2	13	86	1	19	81	2	15	83
Para la empresa es vital que sus proveedores generen descuentos en el precio por volúmenes altos de compra de productos.	2	13	85	2	13	85	2	13	86	2	13	85
Es relevante que el proveedor garantice un constante servicio de posventa.	2	19	80	2	17	82	1	22	77	2	19	80
Es relevante que el proveedor sea flexible en sus políticas de entrega de productos/servicios.	2	16	82	3	15	82	2	13	85	2	15	83
La empresa acuerda con sus proveedores que si el producto o servicio no satisface las necesidades será cambiado por uno que sí lo cumpla.	3	15	82	3	13	83	2	15	82	3	14	82
Se hará la devolución total del dinero.	20	21	59	19	20	61	14	21	66	19	21	61
La decisión de adquirir un producto o servicio para la empresa, depende exclusivamente del precio de los mismos.	11	21	68	11	22	67	9	22	70	11	21	68
La decisión de adquirir un producto o servicio para la empresa, depende exclusivamente de la entrega en la ciudad de destino.	5	15	80	4	12	84	5	15	80	5	14	81
La decisión de adquirir un producto o servicio para la empresa, depende exclusivamente de los estándares de calidad de proveedor.	1	8	91	1	9	89	2	13	86	1	9	90
Es relevante que el proveedor tenga capacidad de producción, de la cantidad necesaria del producto solicitado.	1	10	89	1	10	89	0	8	92	1	9	90
Es relevante que el proveedor esté certificado con la normativa ISO.	5	12	84	5	14	81	3	13	84	5	12	83
Es relevante que el proveedor esté certificado con la normativa de protección del medio ambiente.	5	15	80	5	19	75	4	22	74	5	17	78
Es relevante que el producto o servicio adquirido, tenga un alto reconocimiento de marca en el mercado.	2	15	83	3	16	81	2	17	81	2	16	82
Es esencial que el proveedor del producto/servicio esté legalmente constituido.	1	7	93	1	5	94	1	8	92	1	6	93
Es relevante que el proveedor tenga una amplia trayectoria en el mercado.	3	13	85	2	14	84	2	14	84	2	13	84
La empresa prefiere trabajar con proveedores nacionales.	1	8	91	1	7	92	3	9	88	1	8	91

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.  
Encuesta "Demanda de productos y servicios Bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia, 2009".

Gracias por su interés. Para nosotros es importante conocer sus apreciaciones y comentarios sobre el contenido de esta publicación. Esto nos permitirá ofrecer información cada vez más pertinente y oportuna. Le agradecemos nos envíe sus comentarios al correo [desarrollo@ccb.org.co](mailto:desarrollo@ccb.org.co)

Nuestras publicaciones son totalmente gratuitas. Si le interesa seguir recibiendo las publicaciones de la Cámara de Comercio de Bogotá, actualice sus datos en la dirección de correo electrónico [desarrollo@ccb.org.co](mailto:desarrollo@ccb.org.co) o al fax: 3830690, extensión 2748

