

EXPORTACIÓN BOLSOS MI TIERRA ARTESANAL A FRANCIA

NOTA: 191 PTS

Carolina Gomez Buitrago / Código 1711023561

Claudia Andrea Lombana Calle / Código 1521024163

Maryruth Alejandra Calderon / Código 1721024501

Gilian Catalina Martinez / Código 1521021994

POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO

OPCIÓN DE GRADO NEGOCIOS INTERNACIONALES

MAYO 26 2020

RESUMEN

El presente trabajo es un plan de exportación de la empresa “Mi Tierra Artesanal” , empresa que realiza artesanías ecológicas de caña flecha hechas a mano. Se realiza un análisis de todos los productos elaborados por esta empresa y se encuentran los mas competitivos tanto para exportar como para el mercado de Francia. Se tiene como finalidad establecer un manual para lograr el objetivo de exportar a Francia, teniendo en cuenta el crecimiento de los artesanos y la expansión de este mercado.

Mi Tierra Artesanal busca llegar a ser el mayor exportador de bolsos artesanales de Colombia a Francia a través de la investigación metodológica de sus competidores y posibles compradores en la ciudad de Paris. Uno de sus objetivos principales es buscar la exportación de su producto maestro como lo es el bolso artesanal hecho totalmente a mano y aprovechando los acuerdos comerciales vigentes para los países. Actualmente la empresa trabaja unicamente en despachos a nivel nacional y busca potencializar su mercado y sus fortalezas logísticas para potencializar sus ventas a nivel internacional. La empresa es reconocida a nivel nacional y busca serlo en mercados internacionales, como una compañía de productos artesanales y manuales, distinguida por diseños propios y originales del país. Con una responsabilidad y compromiso social y ecológico. Se realizará una mejora en los procesos logísticos y de fabricación y contará con una fuerza comercial dedicada a la exposición del producto en Francia. A través de la investigación de mercados y un análisis DOFA, el proceso de marketing y ventas estará enfocado en la distribución y mejora de los procesos que maneja actualmente la empresa como son precio, plaza, promoción y producto. Se cumplirá la normatividad exigida y sus requisitos técnicos para la exportación del producto con la debida investigación y el apoyo de Proexport entre otras entidades.

ABSTRACT

The present work is an export plan of the company "Mi Tierra Artesanal", a company that makes ecological handicrafts made of arrow canes; An analysis is made of all the products made by this company and they are the most competitive both for export and for the French market.

We have to establish a manual to achieve the objective of exporting to France, taking into account the growth of artisans and the expansion of this market.

Mi Tierra Artesanal seeks to become the largest exporter of artisan bags from Colombia to France through methodological research of its competitors and potential buyers in the city of Paris. One of its main objectives is to seek the export of its master product, such as the artisan bag made entirely by hand and taking advantage of the current trade agreements for the countries. Currently the company works only in offices nationwide and seeks to enhance its market and logistical strengths to enhance its sales internationally. The company is recognized nationally and seeks to be so in international markets, as a company of handicrafts and handicrafts, distinguished by its own and original designs from the country. With a social and ecological responsibility and commitment. An improvement will be made in the logistics and manufacturing processes and will have a sales force dedicated to the exhibition of the product in France. Through market research and a DOFA analysis, the marketing and sales process will be focused on the distribution and improvement of the processes that the company currently manages, such as price, place, promotion and product. The required regulations and its technical requirements for the export of the product will be complied with due investigation and the support of Proexport among other entities.

PALABRAS CLAVE: Exportación, Francia, acuerdos, Caña Flecha , Comercio Transfronterico.

Contenido

1.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
2.JUSTIFICACIÓN	8
3.PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	9
4.OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.	9
4.1.Objetivo general	9
4.2.Objetivos específicos	9
5.ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	9
6.MARCO TEÓRICO	11
7.METODOLOGÍA.....	12
8.ESTUDIO DE MERCADO.....	19
9.ESTUDIO TÉCNICO.....	23
10.ESTUDIO LEGAL	24
10.1.Marco legal de la propiedad intelectual en Colombia	24
10.2.Marco legal de exportación	25
11.ESTUDIO FINANCIERO	26
12.CONCLUSIONES.....	30
13.BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS.....	31
14.ANEXOS	32

Índice de tablas

Tabla 1. Exportaciones e importaciones Colombia – Francia.....	14
---	----

Tabla 2. Colombia, exportaciones según capítulos de arancel.....	15
Tabla 3. Importaciones de francia de bolsos, artículos de viaje y manufacturas de cuero.....	20
Tabla 4. Proyección de Flujo de fondos	26
Tabla 5. Entidades financieras nacionales.....	28
Tabla 6. Entidades financieras internacionales	29

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Matriz DOFA.....	17
--	----

1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Mi Tierra Artesanal es una empresa productora y comercializadora de productos artesanales y manualidades ecológicas. La producción de bolsos se realiza a partir de la extracción de materias primas Colombianas. MI TIERRA ARTESANAL proyecta ampliar un mercado nacional a un internacional con exportaciones a Francia. Dentro de la compañía se quiere considerar las ventajas competitivas que tiene entrar al mercado Europeo. Para la compañía es importante contar con ingresos diferentes a las que actualmente se tienen en el mercado nacional y no depender únicamente de los inversionistas Colombianos, esto incluye la masificación de los productos y un incremento en la demanda. Por otro lado la compañía se interesa por la globalización de la marca para atender mercados internacionales y poder dar a conocer los procesos de trabajo interno además de contribuir a la proyección de una compañía con mucha más infraestructura ofreciendo una demanda laboral considerable para el sector artesanal.

Actualmente, la empresa cuenta con infraestructura necesaria para la fabricación y la incursión en la exportación a tiendas y exposiciones de Paris en Francia, ya que es un mercado que se ha venido explorando junto con artistas del medio que se dedican a posicionarse en eventos por ejemplo como los que son realizados en Le Carreau du Temple. A la fecha, Francia no ha contado con suficientes expositores colombianos interesados en marcar tendencia en su territorio. “Los nichos de mercado potenciales, a parte de los productos tradicionales, están compuestos por tres grupos: frutas exóticas, ropa interior y artículos de decoración y regalo. “El consumidor francés cuenta con un alto poder de compra y está habido a productos nuevos, dice la directora de la Cámara Colombo Francesa de Comercio e Industria, Luisa Moreno. Los artículos de decoración y regalo son admirados por su estilo novedoso y, aunque sea disonante con la reducción de costos, por su alto valor. El gusto francés ha variado de las tradicionales

chivas o a otra clase de productos que puedan generar gusto particular y en el mejor de los casos marcar una tendencia.” Información tomada de <https://www.legiscomex.com/Documentos/FRANCIA-DESPIERTA>. Allí es donde entra Tierra Artesanal, a aprovechar su potencial de negocio para llegar a ser de los mejores exportadores de bolsos.

Actualmente Francia cuenta con un destacado desempeño logístico a través de sus accesos tanto marítimo como Aéreo. Para el caso de la movilización marítima, Francia cuenta con vías fluviales navegables y una moderna infraestructura portuaria. Entre ellos, se encuentran los más importantes para exportaciones no tradicionales colombianas como lo son Los puertos de “Le Havre, Marsella-Fos, Dunkirk y Brest. Los tiempos de tránsito se encuentran entre 17 días para el caso de una conexión directa, hasta un máximo de 32 días con conexiones en Panamá en su mayoría. Por otro lado, la movilización aérea no se queda atrás, contando con 30 aeropuertos en los cuales la frecuencia y distintas conexiones aéreas para Francia son casi diarias mostrándolo como un país bastante atractivo para el mercado.” Información tomada de <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-francia>

Por esta razón, es importante que contando con la experiencia de la compañía, se logre posicionar en un mercado poco explorado por los artesanos de Colombia en Francia, ya que como se ha investigado la mayoría de las exportaciones han estado enfocadas a Estados Unidos, mientras que para Europa ha estado menos explorada. “PROCOLOMBIA identificó que los compradores buscan productos que cuenten una historia, por lo que deben contener información sobre el artesano y el lugar de procedencia.” Información tomada de <https://tlc-eeuu.procolombia.co/noticias/artesantias-de-colombia-que-llegan-europa-y-estados-unidos-1898>.

1898.

De acuerdo a la información que podemos observar en cuanto a cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, las exportaciones del sector de artesanías presentaron un crecimiento del 6%, reportando un total de US\$60 millones.

Los principales destinos fueron Estados Unidos (US\$17,3 millones), Japón (US\$6,9 millones) y Brasil (US\$3,2 millones). Por otro lado el consumo de productos artesanales en Estados Unidos con propósitos decorativos o de uso práctico se ha incrementado en los últimos años, especialmente las ventas de bolsas de mano con agarrador, de prendas de vestir con textiles típicos y de productos de madera para el hogar. Posiblemente, los artesanos vean como primer beneficio el tratado de libre comercio TLC con Estados Unidos. Colombia hasta el momento se ha enfocado en Estados Unidos por la facilidad en el pago de aranceles ya que es de 0%.

2. JUSTIFICACIÓN

MI TIERRA ARTESANAL, decide analizar los diferentes países potenciales para la exportación de su principal producto. Investigando sobre la importancia de las artesanías en el exterior, se logra identificar que alrededor de 300 exportadores nacionales e internacionales de la Macrorrueda de Negocios Europa que organiza ProColombia participan activamente para las relaciones y negocios comerciales en este País. MI TIERRA ARTESANAL decide participar activamente de los acuerdos comerciales y de el excelente desempeño logístico de importaciones que registra Francia en los últimos años.

“Esta iniciativa en el marco de la Temporada colombiana busca proyectar a Colombia, en el escenario internacional de Francia como un destino de oportunidades, con grandes potencialidades en inversión y comercio. “Es uno de los espacios comerciales más importantes para los exportadores colombianos, quienes tendrán la oportunidad de abrir mercados con las facilidades que les brinda el acuerdo comercial con la Unión Europea y otros países de Asia

que tendrán participación con compradores”, precisó Felipe Jaramillo, presidente de ProColombia.” Información tomada de <https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Paginas/Colombia-organiza-Macrorrueda-de-Negocios-Europa,-en-Par-.aspx>.

MI TIERRA ARTESANAL tiene como visión ser la principal exportadora de bolsos artesanales y ser reconocida como una compañía distinguida por diseños propios y originales del país teniendo un compromiso social y una responsabilidad social y ecológica.

3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿ Qué documentos y requisitos necesitamos para convertir a MI TIERRA ARTESANAL en principal exportador de bolsos a Francia?

4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

4.1.Objetivo general

Analizar la posibilidad de que MI TIERRA ARTESANAL llegue a ser el mayor exportador de bolsos artesanales de Colombia a Francia.

4.2.Objetivos específicos

- Identificar los recursos y acuerdos comerciales necesarios para la exportación del producto al país.
- Potencializar los procesos y costos de los diseños más atractivos para el mercado Francés ya que actualmente se maneja únicamente información Nacional.
- Relacionar clientes estratégicos para la comercialización en Paris Francia.

5. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación que se realizó, permitió identificar diferentes sondeos para exportar el producto que este equipo quiere trabajar, productos artesanales. Iniciamos por tomar la

formulación del problema del presente trabajo donde se tomó el informe de gestiones de apoyo en comercialización internacional realizado por Procolombia. “Según un encuentro de negocios con compradores internacionales, uno de los productos mas solicitados es la joyería y bisutería artesanal, se identificó una competencia, proveniente de Perú, India, México y Polonia.” Tomado de <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/3783/8/INST-%20134.7.pdf>.

Otro análisis que se realizó al plan exportador de artesanías fue El Telar Colombia en el año 2012. Se plasma un análisis a la microempresa Santandereana con sus artesanías ecológicas en fique. Lo importante son las experiencias adquiridas con exportaciones y la aceptación que tengan estos productos en el mercado internacional.

En el plan exportador se realiza una investigación de mercado que también se le debe realizar a mi tierra artesanal por la infraestructura que tiene, para realizar una elección del producto estrella de su amplio catálogo, para así poder continuar con la revisión del proceso de exportación a Francia.

A través de Procolombia, se pudo obtener información del perfil de logística de Colombia hacia Francia, como el desempeño logístico de Francia, sus accesos marítimos, las frecuencias y los tiempos de tránsito desde los puertos colombianos y aéreos, la normatividad fitosanitaria y los indicadores de comercio transfronterizo.

Para la (UNESCO, 2018) el patrimonio inmaterial son las tradiciones heredadas, usos rurales y urbanos de una comunidad determinada. Así mismo las técnicas aprendidas y transmitidas de generación a generación. Para (Artesanías de Colombia, 2009) es un activo social, cultural, con sentido, identidad y pertenencia.

6. MARCO TEÓRICO

Mi tierra Artesanal surge como una idea internacional desde su comienzo buscando generar ingresos no solo en nuestro entorno nacional sino principalmente internacional. Se sabe muy bien que para llegar a la idea principales se tomó información en el intercambio de bienes y servicios ya que Francia para este producto busca precios más bajos de áreas internacionales en la parte de manufactura porque los precios no son competitivos. Por esta razón, la mayoría de manufacturas no son propiamente de Francia . En este momento entra Mi Tierra Artesanal ya que los precios de manufactura son mucho mas bajos y son accequibles para Francia. Por otro lado, entre Colombia y Francia después de un arduo estudio legal para la respectiva exportación, se encuentra como una opción excelente ya que una ventaja con las que se cuenta es que la compentecia es muy poca en cada feria y exposición se cuenta cómo sobre salir por las pocas empresas dedicadas a este campo.

Se decide adoptar e investigar una ventaja comparativa a través de los productos que se manejan comercialmente en los dos Países

Producción de los países:

- Colombia: Tiene producto interno bruto disponible para la fabricación de la materia prima. Disponibilidad de mano de obra de 20 horas.
- Francia: No tiene producto interno bruto disponible para la fabricación de la materia prima. Disponibilidad de mano de obra de 48 horas.

Francia según la revista “*América Economía*” muestra que Colombia exporta a Francia café y frutas entre otros. También en pocas cantidades se evidencian equipos médicos, oro, bolsos entre otros. Con cifras muy llamativas Francia es el campo que se necesita para la empresa ya que se tiene poca competencia en este sector y como ventaja Francia invierte una buena parte en su economía. La capacidad económica de la población

francesa y del comportamiento de pago del producto, merece una rentabilidad alta ya que para Francia la moda y la cultura son de los ítems más importantes. Ahora, tomando en cuenta el comercio electrónico, se facilitan transacciones bancarias, no sin antes nombrar al gran aliado y quien brindó aún más esperanza Pro Colombia.

Para lograr el éxito de la empresa y que los productos logren posicionarse, se propone un plan de exportación para identificar las ventajas y limitaciones dentro del mercado extranjero. Este plan se enfoca en el mercado europeo teniendo a Francia como enfoque principal por estar en el centro y aprovechar el desplazamiento regional. Por otro lado se debe hablar de la economía del mismo ya que está en los primeros puestos en estabilidad económica. Una de las mejores características del producto, es el saber que MI TIERRA ARTESANAL tiene un producto único, elaborado totalmente a mano y con materiales netamente de nuestra tierra.

7. METODOLOGÍA

Para esta investigación se identifica la necesidad del mercado meta. Se define la selección de los temas a investigar así como la competencia, los precios, las barreras arancelarias y no arancelarias entre otras. Se realiza un análisis de la documentación previa que hay en los medios electrónicos sobre nuestro producto así como de las importaciones de productos similares a Francia. Estableciendo un plan de trabajo se puede desarrollar el plan de negocio para así cumplir con los objetivos propuestos. Se utilizan varias páginas electrónicas y archivos en la web como PROEXPORT, MINCOMERCIO, OEC, DANE, entre otras.

Analizando las exportaciones de ambos países, es claro que Colombia tiene una ventaja con respecto a Francia en cuanto su ubicación geográfica pues esto permite que el clima en Colombia sea mucho más favorable para la agricultura, pero en contraposición, la ubicación

geográfica de Francia es una ventaja para el acceso a los mercados de toda Europa y Asia y teniendo en cuenta los productos que exportan su crecimiento será mucho mayor. ProColombia identificó que existen varios productos colombianos como las manufacturas en cuero, joyería, vestidos de baño para mujer, entre otros que tienen una excelente oportunidad sumado al acuerdo comercial con ventajas arancelarias.

Los dos países firmaron en junio de 2014 un Acuerdo de Protección y Promoción Recíproca de Inversiones. “Este tratado establece estándares internacionales como la no discriminación entre inversionistas, la prohibición de expropiación sin una compensación adecuada y efectiva y la libertad de transferencias de divisas”. Tomado de <https://co.ambafrance.org/Firma-del-acuerdo-de-proteccion>.

Esta información permite una excelente relación económica – comercial. “Según el periódico El Espectador: “Con un acumulado de US\$2.857,6 millones, entre 1994 y 2016, Francia es el tercero de Europa con mayor inversión de capital en Colombia. Este acuerdo, que no involucra temas arancelarios, sino que complementa el TLC que Colombia tiene con la Unión Europea, fue aprobado por el Legislativo francés, y en entró en vigencia por 10 años prorrogables.” Tomado de <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/asi-estan-las-relaciones-comerciales-entre-francia-y-colombia>.

Esta es información importante para poder aclarar la información económica comercial que mantienen los dos países y ver la ventaja competitiva con la que actualmente cuenta Colombia y Francia.

Tabla 1. Exportaciones e importaciones Colombia – Francia

Colombia importa de Francia	Colombia exporta a Francia:
● Medicamentos	● Carbón
● Maquinarias	● Café
● Repuestos varios que incluyen:	● Productos derivados de café
■ Autopartes	● Petróleo
■ Motores	● Crustáceos
■ Generadores de energía	● Frutas
■ Hornos	● Confecciones
■ Centrifugadoras	
● Maquillaje	
● Plaguicidas e instrumentos médicos y vacunas.	

Fuente: www.portafolio.co/economia/gobierno/potencial-productos-colombianos-exportarse-union-europea-492739

Finalmente, realizar la legalización de documentos con las autoridades competentes. Con esto será válido en el territorio extranjero.

Técnicas de recolección de información.

Se utilizarán las técnicas de recolección de información escritas y documentales debido a que con estas nos permitirá obtener toda la información importante para realizar el proyecto de trabajo de exportar nuestros bolsos artesanales a el país elegido como mercado meta.

Con esta técnica documental se podrá obtener la información con la que se justifica el producto elegido y los planes a seguir; por medio de la comprobación y la revisión analítica.

Con esta técnica escrita se muestra el trabajo realizado de nuestra investigación de forma analítica.

PROEXPORT aporta un análisis de inteligencia de mercados y toda la logística de exportación, páginas donde brindan información del sector de artesanías, como lo es el portal de artesanías

de Colombia, DANE, Ministerios de Cultura y Turismo y plataformas que brindan información estadística. Uno de nuestros principales factores de investigación es la partida arancelaria.

46.01.94.00.00: Trenzas y artículos similares, de materia trenzable, incluso ensamblados en tiras; materia trenzable, trenzas y artículos similares de materia trenzable, tejidos o paralelizados, en forma plana, incluso terminados, de los demás Materiales Vegetales.

Tabla 2. Colombia, exportaciones según capítulos de arancel.

 	
Exportaciones	
Colombia, exportaciones según capítulos del arancel 2008 ^P - 2020 ^P (Marzo)	
	14
Mes	Materias trenzables y demás productos vegetales
enero-20	18,54
febrero-20	32,58
marzo-20	40,61
Fuente: DIAN - DANE (EXPO)	
^P Cifras preliminares.	
Actualizado el 30 de abril de 2020	

Fuente: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/comercio_exterior

[/exportaciones/2020./expo_capitulo_arancel_mar20.xlsx](#)

Método para el análisis de la información.

Para realizar el análisis de la información obtenida se realiza una investigación etnográfica para utilizar datos cualitativos y cuantitativos.

Esta información se puede obtener de manera cualitativa contando con la información sobre el producto y la base de datos de nuestros clientes, para identificar las principales necesidades y cumplirlas en el exterior. Así mismo podremos conocer de manera cuantitativa los datos numéricos con respecto al presupuesto que destinan nuestros clientes a nuestro mercado y especialmente a nuestros productos. Por último la investigación de los acuerdos y relaciones

económicas de Francia para poder exportar y las cifras para poder llegar a realizar un plan de negocio eficiente.

Descripción de la población:

De acuerdo a la investigación de precios, los habitantes Franceses tienen un nivel cultural bastante interesante y una calidad de vida enfocada a la cultura y a la moda. Demuestran un sentido de aproximación a culturas latinoamericanas a través de recuerdos o conocimiento sobre culturas ancestrales y por ello se ven bastante atraídos por este mercado.

En 2017 Francia importó \$595 Mil millones, lo que es el 7º importador más grande en el mundo y se demuestra una facilidad en la exportación de bienes hacia este país.

Se encuentra bastante información sobre el comportamiento de las importaciones de Francia en el OEC (Observatorio de complejidad económica). “ Podemos ver que Francia importa en bolsos y accesorios un valor de \$180 Mil millones, lo cual nos muestra que nuestro producto sería bien recibido en este país.” Tomado de <https://oec.world/es/profile/country/fra/#Importaciones>

Necesidad: El mercado nacional, no ha logrado desarrollar un potencial importante para la exportación de bolsos artesanales de Colombia a Francia. Es el momento de lograr entrar a un mercado poco explotado y con gran potencial de acuerdo a las relaciones comerciales y económicas que se manejan en los dos países. La información que se ha obtenido de exportaciones para artesanías en el mundo ha estado enfocada al mercado Estadounidense utilizando el tratado de libre comercio, pero se ha generado una nueva expectativa con la moda en Francia y su interés por manejar más productos Colombianos en su mercado Nacional, el cual está enfocado a la moda.

Solución: Esta información se puede obtener de manera cualitativa contando con la información sobre el producto y la base de datos de los clientes, para identificar las principales

necesidades y cumplirlas en el exterior. Así mismo se podrá conocer de manera cuantitativa los datos numéricos con respecto al presupuesto que destinan nuestros clientes al mercado y especialmente a los productos. Por último la investigación de los acuerdos y relaciones económicas de Francia para poder exportar y las cifras para poder llegar a realizar un plan de negocio eficiente. Se decide adoptar el método de planificación empresarial a través de un análisis DOFA, realizando una lista de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Adicionalmente se realiza análisis competitivo en donde se estudian las empresas que ofrezcan al mercado productos similares. Con esto podremos determinar fortalezas y debilidades de la empresa y del producto y su potencial para llegar al mercado de Francia. Es un mercado que a pesar de la situación actual en el mundo, la cultura y el conocimiento que se puede ofrecer a través del producto, conlleva a convertirse para los Franceses, un reconocimiento laboral y de sentido de pertenencia con el país.

A continuación, se realiza el ejercicio para identificar y proporcionar los datos de análisis DOFA para la consecución del objetivo principal del trabajo de investigación.

Ilustración 1. Matriz DOFA



Fuente: Elaboración Propia

Ventaja: Actualmente se cuenta con pocos competidores y participantes en ferias y exposiciones artesanales en Francia para lo cual la empresa se encuentra totalmente capacitada y preparada para manejar una exportación importante a este país. Entre los países, se cuenta con acuerdos comerciales y excelente relación comercial para el desarrollo de negocios. De acuerdo a la investigación de precios, los habitantes Franceses tienen un nivel cultural bastante interesante y una calidad de vida enfocada a la cultura y a la moda. Demuestran un sentido de aproximación a culturas latinoamericanas a través de recuerdos o conocimiento sobre culturas ancestrales y por ello se ven bastante atraídos por este mercado.

El mercado francés ofrece muchas oportunidades. Cuenta con un mercado variado, consumidores solventes y por supuesto y no menos importante un público más sofisticado.

Hay muchas ventajas y se han abierto más en esta era del comercio en línea y las transacciones electrónicas. Además de esta reglamentación, se cuenta con un reconocimiento de la diferencia del mercado y las características de la economía actual de Francia, la cual se encuentra bastante cercano al diseño de un principio de estrategia exitosa. En 2017 Francia importó \$595 Mil millones, lo que es el 7º importador más grande en el mundo y nos demuestra una facilidad en la exportación de bienes hacia este país.

Por otro lado, a nivel interno de la compañía, se experimentan varias ventajas como:

- La diversificación del riesgo, es decir no solamente depender económicamente del mercado local.
- Obtener una mayor facturación, obteniendo ingresos adicionales a los proyectados actualmente.
- Distintos mercados, diversificación de oportunidades y retos económicos.
- Globalizar la marca y producto nacional.

8. ESTUDIO DE MERCADO

Según Proexport, las artesanías hechas a mano como mochilas, mantas, chinchorros, morrales hamacas, sandalias, pulseras, guaireñas, capaterras y cosmetiqueras, entre otros, forman parte de un portafolio de elementos que en la actualidad tienen grandes posibilidades de mercado en Estados Unidos y se espera que en el mercado francés se alcancen niveles similares.

Colombia es una de las principales economías latinoamericanas y su capacidad exportadora ha aumentado exponencialmente en las últimas décadas. En 2011, Colombia exportó productos por 5,5 veces más que el valor reportado en 1995. En el periodo del 2002 al 2011, las exportaciones colombianas con destino a la Unión Europea alcanzaron una cifra de 51.214 millones de dólares. (Campos, 2014).

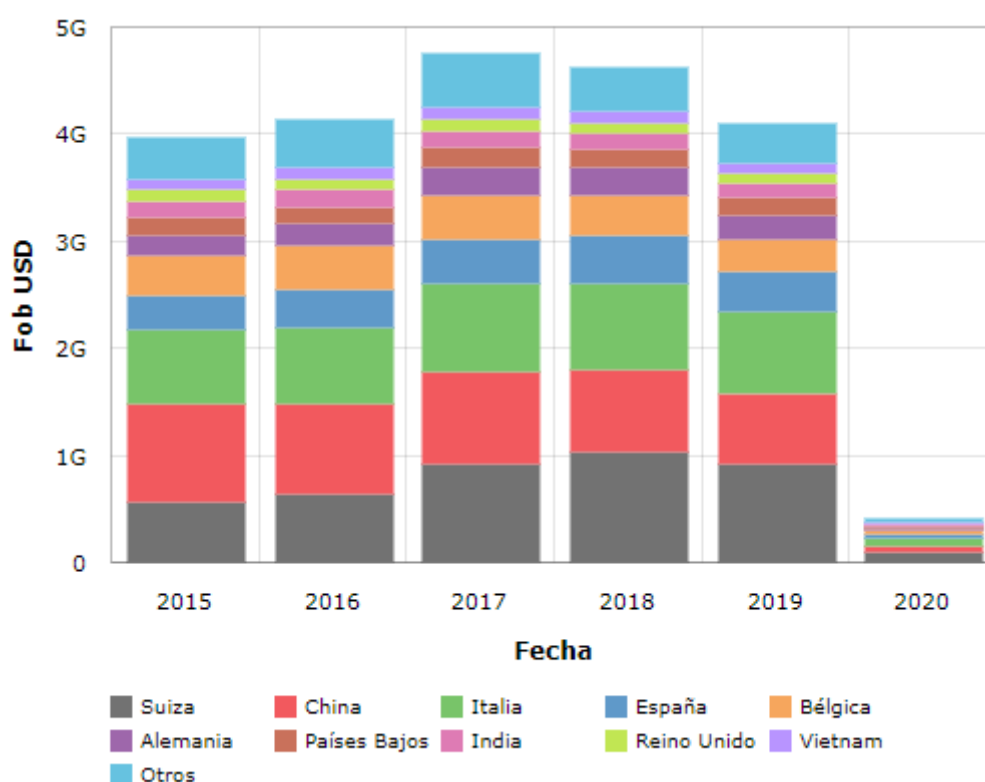
Francia es gran potencia agrícola de la Unión Europea (aporta un cuarto de la producción agrícola total). Sin embargo, emplea a menos de 3% de la población. La agricultura recibe subvenciones, procedentes en su mayor parte de la Unión Europea. Los productos principales son trigo, maíz, carne y vino. La industria manufacturera de Francia está diversificada, los principales sectores industriales son las telecomunicaciones, la electrónica, industria automotriz, aeroespacial y de armamento. El sector terciario emplea a casi tres cuartos de la población activa. Francia fue el primer destino turístico del mundo, con cerca de 90 millones de turistas en 2018. En 2018, la economía creció 1,7% y se espera una menor tasa para 2019 y 2020 con variaciones cercanas 1,3%. En general, las perspectivas de crecimiento a corto plazo no son favorables dadas las dudas sobre el futuro del Brexit, la volatilidad del precio de las materias primas y las protestas sociales en contra de la reforma pensional. Adicionalmente, estos aspectos y las tensiones comerciales mundiales podrían afectar la inversión.

En el sector externo, Francia fue una de las ocho principales potencias exportadoras e importadoras de bienes y servicios del mundo en 2017 y 2018. En este último año, las

exportaciones de bienes ascendieron a US\$568 mil millones e importaciones por US\$658 mil millones, manteniendo un déficit comercial de bienes creciente. En servicios, sus ventas fueron US\$288 mil millones y compras por US\$255 mil millones. En general, el comercio exterior representó 63,4% del PIB. Francia mantiene un déficit en cuenta corriente que no superó el 1% del PIB en 2018. No se prevé cambios en el corto plazo. (MinComercio , 2020)

En la tabla N°3 se puede identificar que los productos como bolsos, artículos de viaje y manufacturas de cuero son principalmente importados por los mercados suizos, chinos e italianos, adicionalmente se observa que el ítem otros en donde se encuentra incluido a Colombia no representa un gran aporte de importaciones de estos elementos en donde se proyecta que le mercado aumente.

Tabla 3. Importaciones de francia de bolsos, artículos de viaje y manufacturas de cuero



Fuente: Informes Comex

La identificación del comprador de artesanías muestra claras características que permiten determinar el mercado en el que se va a encontrar la venta de bolsos artesanales en donde por

lo general se trata de personas adultas, personas interesadas en el arte o coleccionistas y que se definen como multiculturales buscando constatemente expresarlo a través de los productos que adquieren apreciando los diseños y el trabajo que conlleva la fabricación de los mismos y cuentan con altos ingresos.

Por otra parte es importante mantener la calidad de estos bolsos puesto que para el consumidor es uno de los factores que mas se tienen en cuenta a la hora de adquirir cualquier clase de productos y más aún si se busca una expansión del mercado. De igual forma es necesario identificar el uso final que el consumidor desea darle al producto, puesto que en la mayoría de los casos es fundamental la presentación, la promoción y la selección de merchandasing que se haga del producto.

De acuerdo a la gran diversidad cultural que actualmente existe en Francia, se puede presentar mas de un solo tipo de consumidor puesto que a nivel general en Europa se considera como la población que más gasta dinero en artículos de lujo y se encuentran dispuestos a pagar altas sumas de dinero por un producto que siempre y cuando cumpla con los estándares de calidad exigidos.

Existen tres tipos de consumidores:

- Consumidor de paso: Es el individuo que realiza sus compras en las estaciones de tren, en las estaciones de servicio, aeropuertos o lugares en lo que se encuentre de paso. Si bien un gran punto de venta se podría considerar en hoteles.
- Comprador a domicilio: Realiza sus compras por catalogo o medios electrónicos
- Consumidor tradicional: Realiza sus compras en centros comerciales o tiendas especializadas, agregando un elemento distractor a su actividad de compra. (Campos, 2014)

Estos tres tipos de consumidores se pueden ubicar en tres segmentos de mercado que varían según su frecuencia de compra:

- Tradicional: Personas mayores con relacion cercana a los almacenes especializados, ubicandose en el rango de marcas tradicionales, su deseo de compra lo inspira al estilo decorativo.
- Ambicioso: Grupo con el mayor poder adquisitivo y en consecuencia el más exigente, gastando el dinero en artículos que expresen belleza y den status. Fáciles de seducir con artículos que tengan diseños especiales y exclusivos.
- Simple y guiado por tendencias: Se encuentra en el rango de los más jovenes, pertenece al grupo de los consumidores futuros. Combinan e improvisan de a cuerdo con su gusto, orientandese por el precio. (Campos, 2014)

Francia se encuentra dentro del 70% de los paises europeos que compran artesanias y en donde enfocan sus gustos hacia colores como el verde claro, el amarillo y el blanco, adicionalmente se enfocan en artículos que expresen a su cultura étnica y por cual es indispensable que se vendan con folletos en donde se explique su origen y su significado cultural.

Los acuerdos de libre comercio, como el suscrito entre la Unión Europea y Colombia, pactan fundamentalmente un trato preferencial para que productos y servicios ingresen con ventajas y a su vez se conviene la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios. Así los productos colombianos exportados al mercado europeo ingresaran con ventajas que otros paises no tienen y a su vez, sucederá lo propio con los productos europeos que ingresen a Colombia.

Por lo anterior y luego de analizar la demanda que existe acualmente en Francia de compra de bolsos artesanales y teniendo en cuenta los diferentes tipos de consumidores que allí se presentan se estable la cantidad de articulos a exportar siguiendo todos los procedimientos de ley para la exportación de productos a Francia y se prevee que el valor de cada uno de los bolsos se enmarca en un precio de € 50,00 por unidad y se determina que la oferta de bolsos a exportar durante el primer año son 300 unidades.

9. ESTUDIO TÉCNICO

Teniendo en cuenta los procesos de exportación, como primera medida para enviar las muestras del producto según el perfil logístico del país meta, se enviaría sin valor comercial con dos facturas proforma con esto el importador podrá conocer la información completa de la mercancía.

Para exportar la mercancía si tiene un valor igual o menor a €19.056,13 se debe presentar dos facturas comerciales, esta factura debe contener descripción detallada de la mercancía, calidad, cantidad, precio unitario y valor total; se debe indicar el término de venta, y declaración firmada por el transportista.

Si tiene un valor mayor a €19.056,13 se presentar factura comercial emitida por el banco, licencia, autorización de importación dependiendo de la naturaleza de la mercancía y certificado de origen.

Se deberá también realizar la lista de contenido en donde se detalle los paquetes a exportar, con su debido peso y contenido; cada uno debe ir debidamente marcado con referencia para así llevar el control de la mercancía y así agilizar el proceso de inspección cuando se requiera.

La factura aduanera también es necesaria ya que es exigida por la aduana con fines estadísticos para conocer el precio de las mercancías, el destino y el código arancelario. Se puede legalizar una factura comercial por el consulado en el país exportador, así como también la factura consular se puede obtener el visado de una factura comercial por el consulado correspondiente si se desea en vez de realizar una individual, esta es usada para verificar el origen de la mercancía así como determinar el arancel de los productos.

El conocimiento de Embarque Marítimo hace constar que la empresa naviera que ha recibido la mercancía para ser exportada especificando en qué estado la recibió y la nave que la transporta.

Es importante el seguro de transporte el cual es un documento en donde el asegurador se compromete a pagar en caso de que ocurra alguna anomalía en el transporte de la mercancía y a cambio recibe una prima para asegurar la mercancía como tal o de las operaciones determinadas en la póliza.

10. ESTUDIO LEGAL

10.1. Marco legal de la propiedad intelectual en Colombia

Normas Jurídicas Constitucionales

Constitución Política de Colombia: Artículos 15, 61, 150-24 y 188-27

Normas Jurídicas internas

Código civil colombiano: Artículo 671

Ley 23 de 1982, sobre derechos de autor

Ley 44 de 1993, por la cual se modifica las leyes 23 de 1982 y la ley 29 de 1984

Ley 719 de 2001, por la cual se modifica las leyes 23 de 1982 y 44 de 1993

Esta ley fue declarada inexecutable por la sentencia de la corte constitucional C-975-2002 de noviembre 13

Normas jurídicas de la Comunidad Andina

Decisión 351. Régimen común sobre derecho de Autor y Derechos conexos.

Decision 244. Régimen común sobre propiedad industrial

Decisión 486. Régimen común sobre propiedad industrial.

Decisión 345. Régimen común de protección a los derechos de los obtentores de variedades vegetales

Decisión 391. Régimen común sobre acceso a los recursos genéticos

Normas jurídicas Internacionales: Tratados Suscritos por Colombia

Tratado de Ginebra sobre el registro internacional de obras audiovisuales. Ley 26 de 1992

Convenio de Berna para protección de obras literarias y artísticas. Decreto 1042 de 1994.

10.2. Marco legal de exportación

Ley 7 de 1991: Ley marco del Comercio Exterior. Artículo 21. Crea el Banco de comercio Exterior.

Decreto 2505 de 1991. Reglamenta la transformación del fondo de Promoción de exportaciones Proexport en el Banco de Comercio Exterior (Bancoldex). De igual forma define su naturaleza jurídica y funciones y le ordena constituir un fideicomiso o patrimonio autónomo con el fin de promover la exportación.

Escritura pública N° 1497 del 31 de octubre de 1992 de la Notaría Cuarta de Cartagena. Constituye la sociedad Fiduciaria del comercio Exterior S.A. también conocida como Fiducoldex.

Decreto 663 de 1993: Estatuto orgánico del Sistema Financiero. Parte Décima. Capítulo XI. Actualiza el estatuto orgánico del sistema financiero y modifica su titulación y numeración. Del artículo 279 al 285 se contemplan las disposiciones del Bancoldex contenidas en el Decreto 2501 de 1991.

Escritura pública N° 8851 del 5 de noviembre de 1992 de la Notaría Primera de Bogotá Contrato de Fiducia Mercantil celebrando entre el Banco de Comercio Exterior (Bancoldex), en representación de la Nación, y la Fiduciaria de Comercio Exterior (Fiducoldex S.A.) a través de este se constituye el fideicomiso o patrimonio autónomo para la promoción de las exportaciones Proexport Colombia.

Decreto 210 de 2003. Capítulo IV, artículos 33 y 34. Determina los objetivos y la estructura orgánica del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. En sus artículos 33 y 34 se define la naturaleza de Proexport y la composición de la junta asesora.

Decreto 2788 de 2004. Por medio de este decreto se desarrollan parcialmente las leyes 79 de 1991 con el fin de determinar que la actividad de promoción de las exportaciones comprende el fomento y la facilitación de la inversión extranjera en Colombia.

11. ESTUDIO FINANCIERO

Las estimaciones de los costos se realiza con base en los ingresos por venta de unidades a nivel nacional durante el último año de operaciones teniendo en cuenta los costos de fabricación, costos de operación y gastos financieros y que son utilizados dentro de la tabla N°4 en donde se muestra la proyección del flujo de fondos para los siguientes 5 años de artículos exportados a Francia en donde adicionalmente se tienen en cuenta gastos de inversión fija y que son fundamentales para la solicitud de financiamiento ante las entidades financieras a nivel nacional. De igual forma se reflejan los ingresos proyectados durante este mismo periodo y se tienen en cuenta a su vez el análisis de indicadores financieros.

Las proyecciones de crecimiento anual se realizan teniendo en cuenta los estudios de crecimiento realizados por Proexport sobre el mercado artesanal en Europa y se estima un crecimiento del 3%. Los gastos de introducción en el mercado francés se asocian en la creación de páginas web para la venta de los bolsos y costos de publicidad que se estima para el primer año un valor de \$1.500.000 y para efectos del mercado internacional se tendrá en cuenta la tasa de cambio equivalente a \$ 4.2000 y por lo cual este gasto se asumirá como 357,14 euros. Adicionalmente se infiere un porcentaje de inflación de 3,8% que hace referencia a la inflación presentada durante el año 2019 según las cifras del DANE.

Tabla 4. Proyección de Flujo de fondos

PROYECCIÓN DE FLUJO DE FONDOS					
	2020	2021	2022	2023	2024
Ingreso de venta	€ 15.000,00	€ 15.450,00	€ 15.913,50	€ 16.390,91	€ 16.882,63
Costo de ventas	€ 8.400,00	€ 8.652,00	€ 8.911,56	€ 9.178,91	€ 9.454,27
Utilidad Bruta	€ 6.600,00	€ 6.798,00	€ 7.001,94	€ 7.212,00	€ 7.428,36
Gastos de introducción al m	€ 357,14	€ 370,71	€ 384,80	€ 399,42	€ 414,60
Utilidad operativa	€ 6.242,86	€ 6.430,15	€ 6.623,05	€ 6.821,74	€ 7.026,39
Ingresos no operacionales	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Utilidad antes de impuesto	€ 6.242,86	€ 6.430,15	€ 6.623,05	€ 6.821,74	€ 7.026,39
Impuesto 33%	€ 2.060,14	€ 2.121,95	€ 2.185,61	€ 2.251,17	€ 2.318,71
UTILIDAD NETA	€ 4.182,72	€ 4.308,20	€ 4.437,44	€ 4.570,57	€ 4.707,68

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N°4 se puede observar que el ingreso de ventas iniciales se basa en la venta de 300 unidades de bolsos artesanales con un valor de venta estimado de € 50,00 y a su vez se refleja que a partir del primer año de ventas se obtienen ganancias y por lo cual se considera que el proyecto es rentable.

Indicadores de rentabilidad:

Los indicadores financieros de rentabilidad, muestran parte de la eficacia y efectividad de la gestión administrativa en lo que tiene que ver con la generación de ingresos y márgenes de ventas. Para este caso se tendrán en cuenta los siguientes tipos de indicadores:

- Rentabilidad sobre ventas

$$Rv = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}} * 100 = \frac{4182,72}{15000} = 0,28 = 28\%$$

Este indicador nos permite identificar la relación que existe entre las utilidades después de ingresos y egresos no operacionales e impuestos que contribuyen a la capacidad para producir rentabilidad sobre las ventas. En este caso la rentabilidad sobre las ventas esperadas es de un 28% y que se incrementa anualmente en 3%.

- Índice de crecimiento en ventas

$$ICV = \frac{\text{Ventas del año corriente}}{\text{Ventas del año anterior}} * 100 = \frac{4308,20}{4182,72} = 1,03 = 103\%$$

De acuerdo a la proyección del flujo de fondos este indicador nos permite resaltar el crecimiento anual de un 3% que es lo que se espera durante los siguientes 5 años y con lo cual se confirma la rentabilidad de este proyecto.

- Margen de utilidad Bruta

$$MUB = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas netas}} * 100 = \frac{6600}{12842,86} = 0,51 = 51\%$$

Con el indicador anterior se puede inferir que la exportación de bolsos artesanales a Francia representan un margen de utilidad bruta del 51% con lo cual es importante realizar una mejor

optimización de los recursos y plantear un margen de esta utilidad hasta de un 60% para los 4 siguientes periodos.

- Margen de utilidad operacional

$$MUO = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}} * 100 = \frac{6242,86}{12842,86} = 0,48 = 48\%$$

De acuerdo al indicador de utilidad operacional se termina que el 48% de las utilidades netas de la empresa recaen sobre la efectividad de sus operaciones con lo cual se determina que la fabricación de bolsos artesanales generará beneficios de acuerdo a su ritmo de producción. Relacionando directamente la utilidad bruta y la utilidad operacional se infiere que el proyecto empresarial dependerá equitativamente entre el área administrativa y el área operacional siempre y cuando se mantenga el ritmo de operaciones establecido y no se recarge el funcionamiento de la empresa al área administrativa.

Para la evaluación de la rentabilidad se considera una inversión inicial de € 19.500,00 y por lo cual según la proyección de flujo de fondos se considera una ganancia neta anual de € 4.182,00 y por lo cual se determina una rentabilidad del 21% durante el primer periodo y que se proyecta ser recuperada en el quinto año.

Opciones de financiación para exportación de artesanías a Francia

- Entidades nacionales

Tabla 5. Entidades financieras nacionales

Entidad	Información
BANCOLDEX	Tiene como objetivo promocionar las exportaciones por medio de la financiación de la producción o comercialización de productos nacionales en mercados externos a corto, mediano y largo plazo. Apoyo financiero, recursos y respaldos hacia el plan estratégico exportador
MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo es una entidad del Estado que apoya la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las regiones del país, con el fin de mejorar su competitividad, su sostenibilidad e incentivar la generación de mayor valor agregado, lo cual permitirá

	consolidar su presencia en el mercado local y en los mercados internacionales
FIDUCOLDEX	Es una sociedad de servicios financieros creada en el año de 1992, constituida bajo la forma de sociedad comercial anónima de economía mixta indirecta del orden nacional, vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Fiducoldex es filial del Banco de Comercio Exterior – Bancoldex- y son también accionistas de la Fiduciaria 5 Cámaras de Comercio y 9 gremios.
PROCOLOMBIA	Entidad dedicada a la promoción y apoyo de las exportaciones no tradicionales Colombianas. Igualmente, ofrece apoyo y asesoría integral a los empresarios Colombianos en sus actividades de mercadeo internacional mediante el diseño y ejecución de un plan exportador. Adicionalmente ofrece servicios especializados a usuarios extranjeros interesados en adquirir los bienes y servicios del país y realiza promoción comercial y de inversión a través de las oficinas comerciales en el exterior
FAREX	Promueve y resalta la cultura colombiana por medio de una exhibición de artesanías de alta calidad Facilitarle a los artesanos la apertura de nuevos mercados para sus productos y crear oportunidades de negocios.
CBI (Centro para la Promoción de Importaciones desde países en desarrollo)	Contribuir al desarrollo económico sostenible en países en desarrollo a través de la expansión de las exportaciones desde estos países hacia Europa.

Fuente: Elaboración propia

- **Entidades internacionales**

Tabla 6. Entidades financieras internacionales

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO	El Fondo Multilateral de Inversiones es el principal proveedor de asistencia técnica para el sector privado en América Latina y el Caribe. Es también uno de los inversores más importantes en microfinanzas y fondos de capital emprendedor para pequeñas empresas.
VELUM VENTURES	Empresas con modelos de negocio diferenciados, oportunidades de mercado creciente, entrando en etapas temprana.
INDIEGOGO	Indiegogo es una plataforma de lanzamiento para ideas creativas y empresariales de toda forma y tamaño.

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a las entidades nacionales e internacionales que brindan financiación para la exportación de artesanías a Francia se establece como ente principal de financiamiento a Bancoldex ya que brindan apoyo técnico y legal en temas de exportaciones a Europa y a su

vez brindan apoyo estratégico para los mercados externos con proyecciones a corto, mediano y largo plazo.

12. CONCLUSIONES

- De acuerdo al análisis de mercado realizado y en que el que se tuvo en cuenta tanto la oferta como la demanda de venta de bolsos artesanales se determinó existen altas posibilidades de que la empresa MI TIERRA ARTESANAL llegue a ser el mayor exportador de bolsos artesanales de Colombia a Francia puesto que pesar de la competencia existente se tienen aspectos adicionales como es el tipo de materiales en lo que estos bolsos se fabrican.
- El proyecto de exportación de bolsos a Francia se consideró como rentable basado en la elaboración de la proyección de flujo de fondos en donde se identifica que durante el primer año se pueden generar ganancias y que a partir del 5 año se estaría recuperando la inversión.
- Se estableció que por medio de los diferentes medios de ventas se lograría cumplir con la meta propuesta de la venta de 300 bolsos anuales priorizando la venta de los mismos mediante páginas web y en lugares de paso.
- Mediante la realización del estudio de mercado se determino el tipo de cliente al que va enfocada la venta de bolsos artesanes y se concluyó que en su mayoría se hace referencia a los adultos mayores y a personas que consideran el arte como un disciplina que merece su reconocimiento.

13. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

- Campos, M. (2014). *Diseño de un Plan Exportador a Europa de mochillas Wayuu de la empresa Artesanías Auténticas Colombianas*. Bucaramanga .
- MinComercio . (27 de Enero de 2020). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo* . Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo :
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/1541e9ae-641a-40c8-87a1-009961a2000c/Francia.aspx>
- <https://vinculos.co/orgullosamente-made-in-colombia-las-artesantias-colombianas-conquistan-el-mundo>
- <https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-francia>
- <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/asi-estan-las-relaciones-comerciales-entre-francia-y-colombia>
- <https://co.ambafrance.org/Firma-del-acuerdo-de-proteccion>
- https://www.artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_tienda/guia-para-exportar_277
- <https://www.portafolio.co/economia/gobierno/potencial-productos-colombianos-exportarse-union-europea-492739>
- <https://www.elespectador.com/economia/asi-estan-las-relaciones-comerciales-entre-francia-y-colombia-articulo-699190>
- <https://www.foromarketing.com/capitulo-19-los-siete-pasos-de-la-venta/>
- <https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-francia>

- <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/recomendaciones-exportar-europa-colombia-176084>
- Guía de trámites y documentos de exportación (Febrero 2020); Departamento de Ventana Global. ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.
- <https://datosmacro.expansion.com/paises/comparar/colombia/francia>
- <https://www.legiscomex.com/Documentos/FRANCIA-DESPIERTA>
- <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/exportaciones>
- <https://oec.world/es/profile/country/fra/#Importaciones>
- <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/3783/8/INST-D%202015.%20134.7.pdf>

14. ANEXOS

Anexo 1. Comparación economía países: Colombia vs Francia.

Colombia		Francia	
Cuentas Nacionales - Gobierno			
PIB Trím Per Capita [+]	IV Trim 2019	1.448€	9.088€
PIB anual [+]	2018	280.249M.€	2.418.997M.€
PIB Per Capita [+]	2018	5.624€	36.060€
PIB Trimestral [+]	IV Trim 2019	72.178M.€	608.993M.€
Deuda total (M.€) [+]	2018	146.114	2.380.106
Deuda (%PIB) [+]	2018	52,16%	98,10%
Deuda Per Cápita [+]	2018	2.932€	34.550€
Déficit (M.€) [+]	2018	-7.559	-72.811
Déficit (%PIB) [+]	2018	-4,68%	-3,00%
G. Público (M.€) [+]	2018	78.723,1	1.348.519,0
Gasto Educación (M.€) [+]	2017	12.143,2	120.127,6
Gasto Educación (%Gto Pub) [+]	2017	15,32%	9,66%
Gasto Salud (M.€) [+]	2017	14.659,4	219.385,5
G. Salud (%G. Público Total) [+]	2016	13,37%	16,97%

Anexo 2. Exportaciones colombianas por principales países de destino, según grupo de productos.

Cuadro 9. Exportaciones colombianas por principales países de destino, según grupo de productos Enero - marzo 2020/2019p			
Grupo de productos	Francia		
	2019p	2020p	Variación (%)
Totales	Miles de dólares FOB		
	35.038	29.018	-17,2
Animales y sus productos	3.309	2.652	-19,8
- Pescados y otros	3.309	2.652	-19,8
Vegetales	3.631	6.292	73,3
- Plantas y productos de la floricultura	583	723	24,2
- Frutos comestibles	3.047	5.569	82,7
Café, té y especias	6.209	8.727	40,6
Alimentos, bebidas y tabaco	2.576	3.031	17,6
- Azúcares y confites	1.197	939	-21,6
Minerales	0	0	-100,0
Combustibles	15.363	5.043	-67,2
Productos químicos	1.164	334	-71,3
Materias plásticas	69	59	-15,6
Cueros y productos	261	141	-45,8
Papel y sus manufacturas	4	26	*
Textiles	7	12	76,3
Confecciones	1.149	818	-28,8
Perlas y piedras preciosas	211	819	289,0
Fundición, hierro y acero	0	1	**
Metales y sus manufacturas	66	8	-88,1
Maquinaria eléctrica	140	54	-61,5
Vehículos	4	96	*
Navegación aérea o espacial	0	3	**
Demás grupos de productos	877	901	2,8

Fuente: DIAN - DANE (EXPO)