

O&N

Oportunidades & Negocios

Número 2 · Año 2 · Abril de 2017 · Cali · Colombia

Una ventana a otros mercados



ESTADOS UNIDOS MEXICANOS



FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS

Icecomex

consultorio
de comercio
exterior





Número 2 – Año 2
Abril de 2017

Una publicación de Icecomex,
el consultorio de comercio exterior de la Universidad Icesi.
Todos los derechos reservados.
www.icesi.edu.co/icecomex

Dirección

FRANCISCO HÉCTOR OCHOA, PHD.
Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
hochoa@icesi.edu.co

JOSE ROBERTO CONCHA, PHD.
Director de Icecomex
Jefe del Departamento de Mercadeo y Negocios Internacionales
jrconcha@icesi.edu.co

OSCAR ALBERTO GÓMEZ ALDANA
Coordinador de Icecomex
oagomez@icesi.edu.co

Edición

ALEJANDRA CRUZ FIGUEROA
JEFFREY ALBERTO ALAYÓN CAMPO

Equipo de investigación y redacción


ALEXANDER RENGIFO PORTELA
disegnarp@gmail.com

Diseño y diagramación



Calle 18 No. 122-135
Tel.: +572 552334 ext. 8784/8791
Cali – Colombia
icecomex@icesi.edu.co





Empezar un nuevo negocio siempre toma tiempo: en Nueva Zelanda toma menos de un día, pero en países como Venezuela, 230 días. Esta diferencia inicial ayuda a explicar por qué el Banco Mundial ha calificado a Nueva Zelanda como el lugar en el que es más fácil hacer negocios y por qué Venezuela ocupa en el puesto 187 entre 190 economías.

El informe *'Doing Business 2017'* mide 10 aspectos de regulación que afectan los negocios: manejo de permisos de construcción, tiempo para empezar un negocio, acceso a la electricidad, registro de propiedad, acceso a crédito, protección de inversores minoristas, entre otros. Nueva Zelanda lidera a nivel mundial en cinco de estos diez aspectos. En Latinoamérica, el país en el que más facilidad hay para hacer negocios es México, que obtuvo el puesto 47 a nivel global.

En las últimas dos décadas México se ha convertido en destino de importantes inversiones, destacándose las inversiones en grandes parques industriales, en infraestructura y en desarrollo de turismo. Además, México es un mercado potencial de más de 100 millones de consumidores. Una economía estable con oportunidades de crecimiento, que cuenta con una liberalización significativa de las importaciones, a través de acuerdos de libre comercio que involucran más de 50 países.

Además, este país norteamericano cuenta con una baja inflación y una tasa regulada en forma permanente del peso mexicano frente al dólar estadounidense. Asimismo, el país ofrece costos competitivos y una posición geográfica estratégica. También cuenta con capital humano joven y altamente calificado.

La apertura comercial de México ha beneficiado a los mexicanos, no sólo en la generación de empleos, sino también en la promoción de sus productos y servicios en los mercados internacionales. El sector industrial mexicano se ha favorecido por los acuerdos de libre comercio y complementariedad económica que ha celebrado el país en los últimos años.

En la actualidad, México ofrece múltiples oportunidades para los empresarios colombianos, gracias al compromiso del gobierno por promover reformas que mejoren el ambiente económico del país y por las relaciones bilaterales que ha mantenido México con Colombia de manera ininterrumpida por más de 150 años, remontándose al *Tratado de Amistad, liga y confederación entre la República de Colombia y los Estados Unidos Mexicanos*. Actualmente, México y Colombia participan de uno de los mecanismos de integración más dinámicos a nivel global, la Alianza del Pacífico (AP), la cual se constituye como un acuerdo mucho más profundo y complejo que un TLC.

Además de los beneficios arancelarios y la alineación de las políticas sanitarias y fitosanitarias, la libre movilidad de personas y capitales, el apoyo a la movilidad académica a través de becas, y las políticas de cooperación, la AP permite a los empresarios, especialmente a los PYMES, acumular origen, permitiendo a los empresarios nacionales desarrollar procesos productivos en México y obtener los beneficios que el país norteamericano tiene con terceros, especialmente hacia la cuenca del Pacífico.

En este contexto, el Consultorio de Comercio Exterior de la Universidad Icesi, Icecomex, se enorgullece en dedicar la segunda edición de **O&N: Oportunidades y Negocios** a México. En esta edición el lector podrá encontrar una descripción general de la situación macroeconómica y demográfica de México, así como las principales cifras del comercio exterior del país norteamericano. La revista centra sus esfuerzos en presentar las oportunidades actuales que tienen los empresarios colombianos en México, especificando métodos de entrada, tips de negociación y tendencias en el consumo actual, entre otros.



Contenido

Prólogo.....	03
Contenido.....	05
Art. 1: México en Cifras	06
<i>Infografía Estados Unidos Mexicanos</i>	
Art. 2: Perfil Macroeconómico de México	08
Art. 3: Comercio Exterior de México	10
México y el mundo.....	11
México y la alianza del pacífico.....	13
México y Colombia.....	14
Oportunidades de negocio.....	16
Tabla O&N México.....	17
Art. 4: Relación Bilateral	18
Art. 5: 12 Tips para negociar en México	19
Art. 6: Caso de éxito.	21
Art. 7: ¿Como ingresar al mercado Mexicano?	24
Medidas arancelarias	24
Medidas no arancelarias.....	25
Art. 8: De turismo por México	26

Población:

112.336.538
habitantes, año 2010

119.530.753
habitantes,
estimación 2015



Extensión Territorial:

1.964.375 Km².

Capital:
Ciudad de México



Moneda:

Peso Mexicano
(MXN) \$
MXN 1 = USD 0,0532
Abril de 2017.



Religión:

83% { Católica
Pentecostales
7% { Evangélicas
Cristianas

Zona Horaria:

Sureste: UTC -5
Centro: UTC -6
(UTC - 5 en verano)
Montaña: UTC -7
(UTC - 6 en verano)
Pacífico: UTC -7 Todo el año
Noreste: UTC -8
(UTC - 7 en verano)



Expectativa de Vida:

77años

Tasa de Alfabetismo:

15 - 24 años 97.6%
25 y mas años 90.5%



Idioma Oficial:

Español



Sistema político:
Repúbli Federal.

Presidente:
Enrique Peña Nieto.

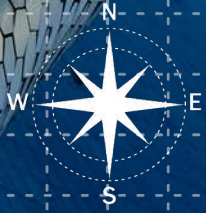
PIB:

18.135.706\$ (2015)

Crecimiento:

2,5%(2015)





México (o los Estados Unidos Mexicanos) es un país ubicado en América del Norte. Limita al norte con Estados Unidos, al sur con Guatemala y Belice, al este con el Golfo de México y al oeste con el Océano Pacífico. Su capital es la Ciudad de México, y también es la ciudad más grande del país. México cuenta con una extensión territorial de 1.964.375 km² que lo posiciona como el decimocuarto país más extenso del mundo y el tercero más grande de América Latina. Su población en el censo del año 2010 fue de 112.336.538 habitantes, con un estimado de 119.530.753 de habitantes para el año 2015. La mayoría de la población habla español, que es la lengua nacional junto a 67 lenguas indígenas. El peso mexicano es la moneda oficial de México, siendo la decimosegunda moneda más negociada en el mundo. El actual código para el peso es MXN.

La economía Mexicana, ocupa la posición catorce de la economía mundial por su producto interno bruto (PIB), el cual representa el 1.7% del total mundial. A escala regional, es la segunda economía de América Latina y la cuarta del continente. El comercio de México con el exterior representa el 60% de su PIB, destacándose productos como el petróleo, las manufacturas, la industria minera y metalúrgica, los automóviles y los productos agrícolas, entre muchos más. Cabe resaltar además que México también es uno de los países con mayor diversidad de climas en el mundo, considerado uno de los 12 países más diversos del planeta: es morada del 11% de la biodiversidad mundial y cuenta con más de 12.000 especies endémicas.



Perfil Macroeconómico de México



Gran parte de la agricultura mexicana es destinada a abastecer el mercado norteamericano y mundial. Se practican dos tipos de agricultura: de plantaciones, cuya producción es de especies tropicales como coco, café, caña de azúcar y pina; y la comercial intensiva, cuyos cultivos predominantes son cereales: trigo, maíz, sorgo y arroz. Asimismo, la ganadería es uno de los sectores económicos más importantes de México, éste sector está liderado por la cría de aves, el ganado bovino y el ganado porcino. Por su parte, el sector minero de México, ocupa el segundo lugar a nivel mundial en la producción de plata, bismuto y fluorita; también se destaca en la producción de oro, plomo, cobre, zinc y molibdeno, entre otros.

Uno de los sectores productivos más importantes para México es la industria automotriz, la cual, gracias a sus altos estándares de calidad y capacidad instalada, es reconocida a nivel mundial. Es importante destacar para el sector industrial, el papel del Estado de Nuevo León, el cual concentra 213 grupos de industriales y productores mexicanos, la mayoría con sede en Monterrey, su capital. El Estado de Nuevo León contribuye con el 7.5% del PIB, equivalente a MXN 652.000 millones (USD 62.330 millones) aproximadamente.

Entre las actividades terciarias o de servicios del país norteamericano, se destaca el turismo como la cuarta fuente de ingresos para el país, siendo el principal destino turístico de América Latina y el décimo país más visitado en el mundo con más de 20 millones visitas internacionales por año. Actualmente, México posee un total de 76 aeropuertos, 58 de ellos categorizados como internacionales, convirtiéndolo en uno de los países con más aeropuertos, aeródromos y pistas en el mundo. Además, existen 107 sitios habilitados como puertos (92) y terminales (15), de los cuales 47 cuentan con recinto portuario, entre ellos, los 10 principales puertos son: Manzanillo, Lázaro Cárdenas, Salina Cruz, Vallarta, Guaymas, Tuxpan, Coatzacoalcos, Ensenada, Mazatlán y Veracruz.

Comercio Exterior de México

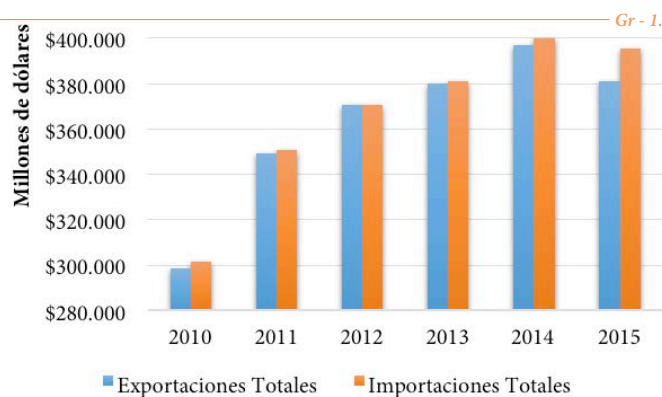


México se encuentra favorablemente ubicado en el continente americano. Este país limita al norte con su mayor socio comercial, Estados Unidos, y cuenta con una gran longitud costera que lo conecta con el océano Pacífico, el golfo de México y el mar Caribe. Por su ubicación, también conecta geográficamente a Norteamérica con Centroamérica. Comercialmente, esto le genera grandes ventajas al país que permiten, tener bajos costos de transporte para sus exportaciones e importaciones, y facilidades geográficas de acceso a otros mercados. Sin embargo, estas ventajas no se ven reflejadas en la naturaleza de la balanza comercial de México, la cual ha sido tradicionalmente deficitaria.

Se puede observar en el *Gráfico 1*, el valor de las exportaciones y las importaciones totales de México en dólares para el periodo comprendido entre los años 2010 y 2015. En él se puede observar que la balanza comercial mexicana ha sido deficitaria (las exportaciones son menores que las importaciones), a excepción del año 2012, en el cual las exportaciones superaron a las importaciones por USD 18.000 millones. Desde 2012 hasta 2015 la tendencia de la balanza ha sido decreciente, reforzada por una reducción del 4% en las exportaciones totales entre 2014 y 2015.

El nivel de las exportaciones totales en los últimos cinco años en México ha sido aproximadamente del 30% del PIB nacional, al igual que las importaciones. Esto se debe principalmente a la comercialización de productos tales como: petróleo, los productos manufacturados, del sector minero metalúrgico, vehículos terrestres, y productos agrícolas. Dentro de este último periodo, el rubro que afecto mayormente el flujo del comercio exterior en el país fue el de exportaciones e importaciones petroleras, con caídas de 45 y 20 puntos porcentuales respectivamente en comparación al año anterior. Reflejo del efecto que tienen los precios y la demanda del petróleo en la economía mexicana.

Gráfico 1.
Exportaciones e importaciones totales de México (2010-2015)



México y el Mundo



Exportaciones

Entre los años 2011 y 2015 las industrias que más aportaron a las exportaciones mexicanas fueron la manufacturera y la petrolera con énfasis en la comercialización del crudo. La primera industria, generó en 2015 un total de casi 340 millones de dólares, lo que corresponde al 94% de las exportaciones totales. En general, esta industria presenta un crecimiento año a año, como se puede verificar en el *Gráfico 2*, mientras que las exportaciones petroleras reducen su participación de un 17% a un 7% en los últimos cinco años.

Dentro de la industria manufacturera, los principales grupos de productos exportados fueron: Vehículos terrestres y sus partes (24%); máquinas y material eléctrico (21%); y aparatos mecánicos y sus partes (15%). En cuarto y quinto lugar se encuentran los combustibles minerales y los instrumentos de óptica y médicos, respectivamente. Entre el año 2014 y 2015 las exportaciones de combustibles minerales cayeron casi un 50%.

Asimismo, la industria electrónica mantendrá su crecimiento durante los próximos años, lo cual está sustentado principalmente en el desarrollo de productos e insumos con mayor valor agregado, que se ha conseguido gracias a la inversión en ingeniería, diseño e investigación. Las exportaciones de equipo eléctrico y electrónico están en aumento, debido en gran parte a la competitividad que esta industria ha alcanzado, así como a la consolidación de las empresas mexicanas en los mercados de Estados Unidos y Sudamérica.

Gr - 2.

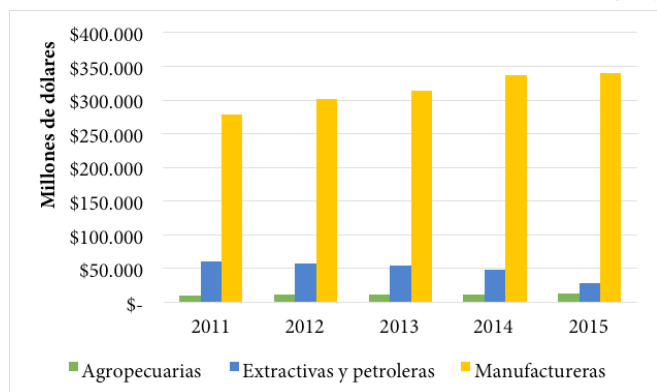


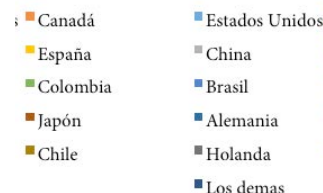
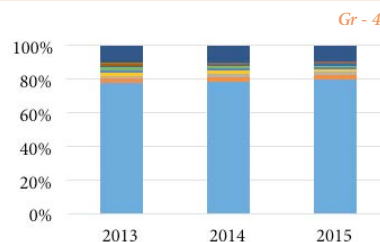
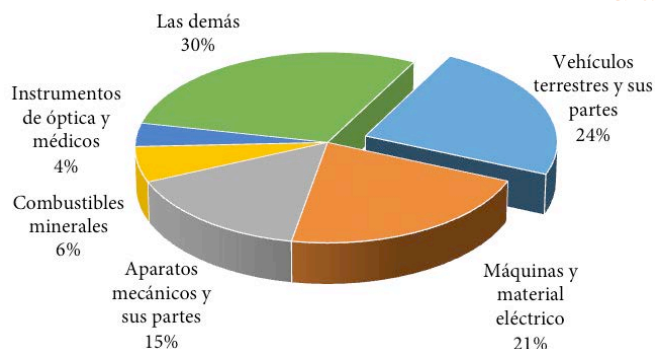
Gráfico 2. Exportaciones de México por industria (2011-2015)

Con respecto a los destinos de las exportaciones de México, el destino principal es Estados Unidos con un 80% de participación sobre el total para el último año como se observa en el *Gráfico 4*. Le siguen Canadá y China con una participación individual del 2%. Entre los países de la Alianza del Pacífico, Colombia es el principal destino ocupando el sexto puesto del ranking.

Gráfico 3. Principales exportaciones manufactureras de México (2015)

Gráfico 4. Destinos de las exportaciones mexicanas (2013-2015)

Gr - 3.



Importaciones

Para el año 2015 el monto total de las importaciones del país fue de 395 millones de dólares aproximadamente (15 millones de dólares mayor que el monto de las exportaciones para ese mismo año). Del total de las importaciones entre 2011 y 2015 la categoría de bienes de uso intermedio, que no corresponden a las actividades petroleras, presentan el mayor porcentaje de participación (70%). Como se puede ver en el *Gráfico 5*, los bienes que no corresponden a actividades petroleras tienen mayor peso en las importaciones. En la categoría de bienes de uso intermedio, se puede encontrar la subcategoría de productos metálicos, maquinaria y equipo, la cual representa el 54% del total de las importaciones de México en el año 2015.

Gráfico 5.
Importaciones mexicanas por clase de bien (2011-2015)

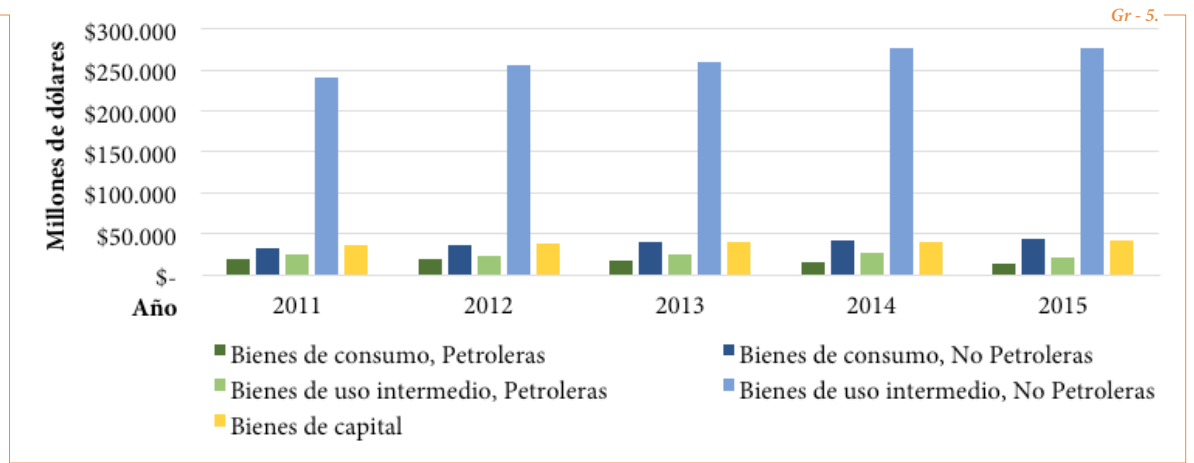
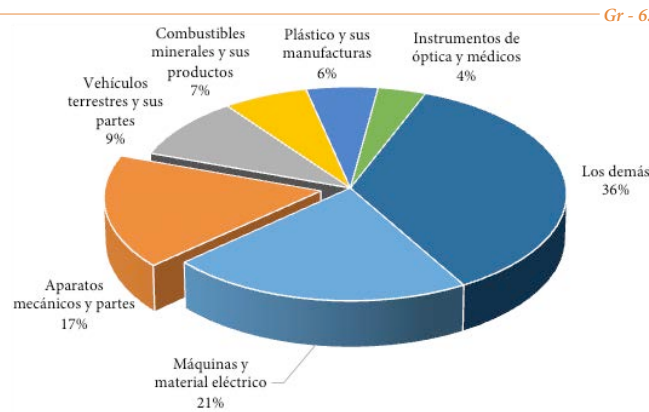
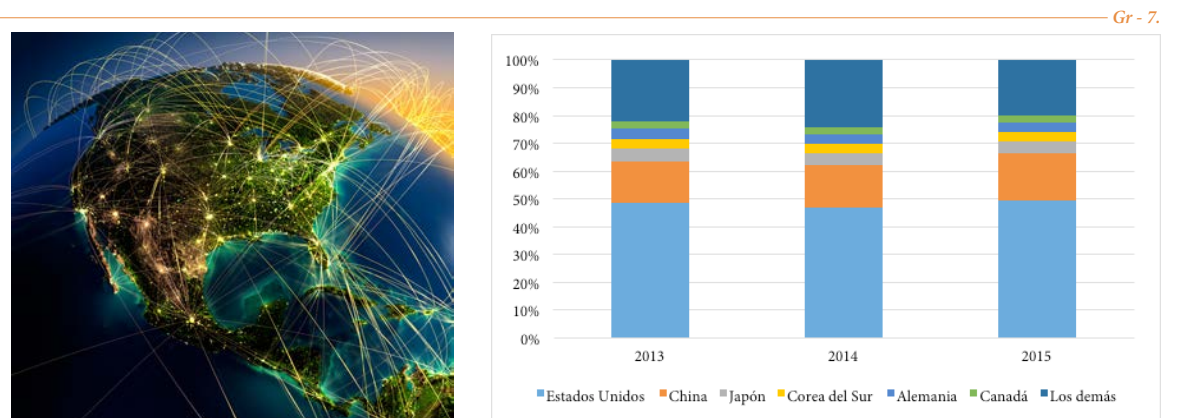


Gráfico 6.
Principales importaciones de México (2015)



En cuanto al origen de las importaciones, Estados Unidos se posiciona como el primer gran proveedor de México, seguido de tres países asiáticos: China, Japón y Corea del Sur. Canadá, como parte del tratado de libre comercio de América del Norte - NAFTA (por sus siglas en inglés), también ocupa un lugar importante como proveedor del mercado mexicano.

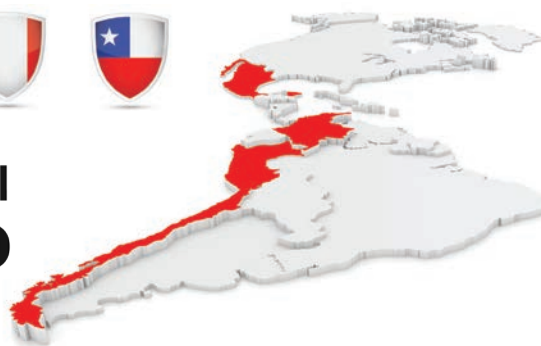
Gráfico 7.
Origen de las importaciones mexicanas (2013-2015)



México y la Alianza del Pacífico



Alianza del Pacífico

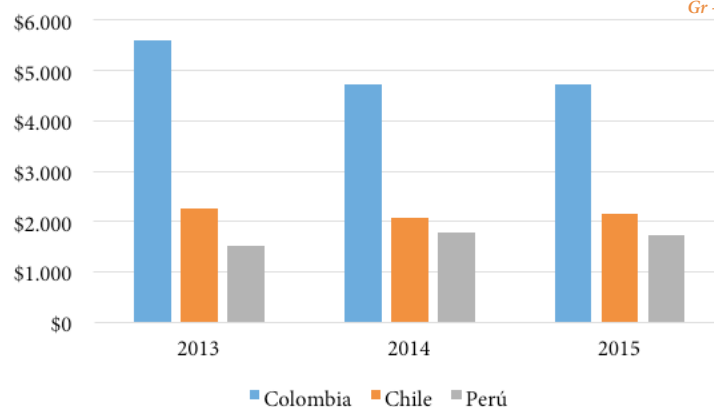


Colombia, Chile, México y Perú, han conformado un bloque de integración profunda denominado Alianza del Pacífico, este acuerdo, constituido formalmente el 6 de junio de 2012, permite la articulación política, económica y de cooperación entre sus países miembros. El objetivo fundamental de la Alianza del Pacífico es establecer un bloque de integración que promueva el crecimiento, desarrollo y competitividad de sus miembros, a través de la libre circulación de bienes, capitales, servicios y personas.

El Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico cuenta con un capítulo dedicado al acceso de bienes, el cual busca regular y facilitar el intercambio de mercancías entre los miembros de la Alianza, suprimiendo las barreras comerciales tanto arancelarias como para arancelarias. Es importante mencionar que el acuerdo comercial entró en vigencia en mayo de 2016, por lo que se espera que sus efectos sobre los volúmenes de comercio empiecen a notarse a partir de 2017.

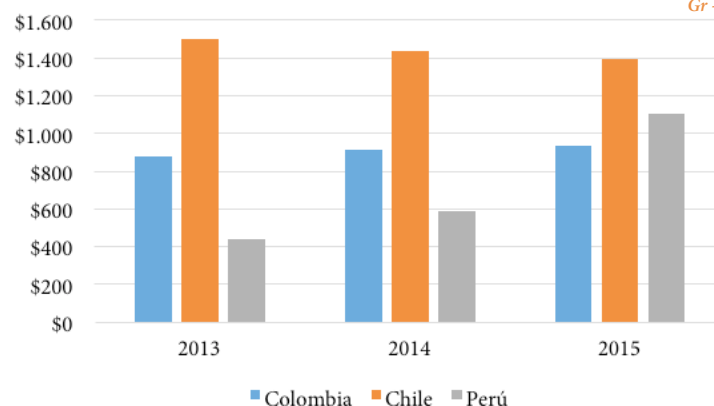
Para México, los países de la Alianza del Pacífico (Chile, Colombia, y Perú) fueron el destino de un poco más del 2% del total de las exportaciones mexicanas entre el año 2012 y 2014. De los tres países, Colombia cuenta con la mayor participación durante todo el periodo, aunque con una tendencia

decreciente, por su parte la participación de Perú crece moderadamente, mientras que Chile no tiene una tendencia constante.



Gr-8. — Gráfico 8. Exportaciones de México a la Alianza del Pacífico

En cuanto a las importaciones, entre los tres países no alcanzan a representar el 1% del total de las importaciones de México del mundo. A diferencia de las exportaciones, Chile es el socio más representativo de la Alianza del Pacífico



Gr-9. — Gráfico 9. Importaciones de México de la Alianza del Pacífico

durante los tres años de análisis. Asimismo, Colombia y Perú cuentan con una tendencia creciente y este último prácticamente alcanza a duplicar el valor entre 2014 y 2015.



México y Colombia

Tb - 1.

Productos	2013	2014	2015
Vehículos terrestres y sus partes	\$ 255.647	\$ 178.973	\$ 195.047
Combustibles minerales	\$ 79.196	\$ 135.934	\$ 122.286
Plástico y sus manufacturas	\$ 77.658	\$ 90.457	\$ 89.211
Aceites esenciales y resinoides	\$ 55.984	\$ 52.417	\$ 53.470
Grasas animales o vegetales	\$ 40.621	\$ 35.393	\$ 30.690
Productos químicos	\$ 30.415	\$ 23.692	\$ 25.216
Prendas y accesorios de vestir	\$ 26.701	\$ 60.098	\$ 43.658
Máquinas y material eléctrico	\$ 24.986	\$ 19.475	\$ 17.408
Productos farmacéuticos	\$ 19.671	\$ 22.484	\$ 34.579
Preparaciones alimenticias diversas	\$ 17.172	\$ 21.731	\$ 24.064



Tabla 1.
Principales
productos colombianos
exportados a México
(2013-2015)

A pesar de que las relaciones comerciales de México con el mundo, configuran a Estados Unidos como su principal socio comercial, Colombia tiene un papel importante como aliado comercial del país. Colombia es el sexto destino de las exportaciones de México y el vigesimoprimer origen de las importaciones.

Desde el punto de vista colombiano, la balanza comercial entre Colombia y México ha sido tradicionalmente deficitaria. Durante el periodo comprendido del año 2011 al 2015 las exportaciones de Colombia a México han aumentado en un 11%, mientras que las importaciones han disminuido en un 54%. Así, para el año 2015 el monto total de las exportaciones de fue de 920 millones de dólares aproximadamente y el de las importaciones 3.660 millones de dólares. Esta tendencia ha permitido que el déficit de la Balanza Comercial se haya ido reduciendo en los últimos años.

En la *Tabla 1*. se exponen los principales productos que Colombia exporta a México, en ella se destacan que los principales productos de exportación son manufacturas y combustibles, así como bienes intermedios. En este sentido es importante destacar el sector de confecciones y el sector de productos farmacéuticos, los cuales han prácticamente duplicado sus ventas en el país norteamericano en los últimos años.

De los 32 departamentos de Colombia más la capital, los principales exportadores a México en el periodo 2011-2015 son Antioquia, Bogotá, Bolívar, Valle del Cauca, Cundinamarca, Santander, Atlántico, Boyacá, Magdalena y Caldas. El *Gráfico 11* muestra la evolución de las exportaciones a México del top 5 de los departamentos exportadores a este destino.

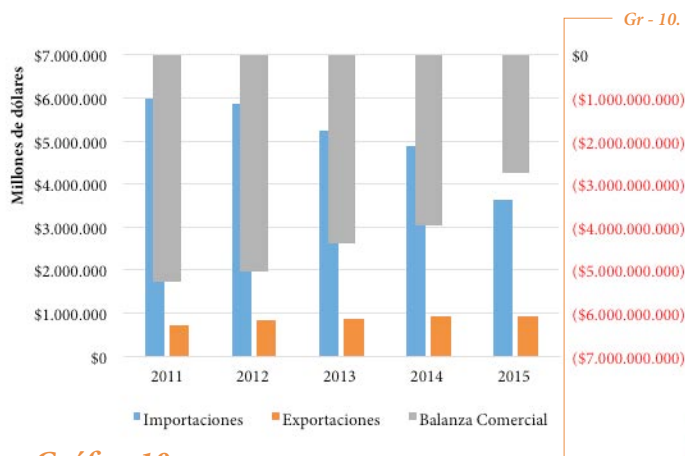
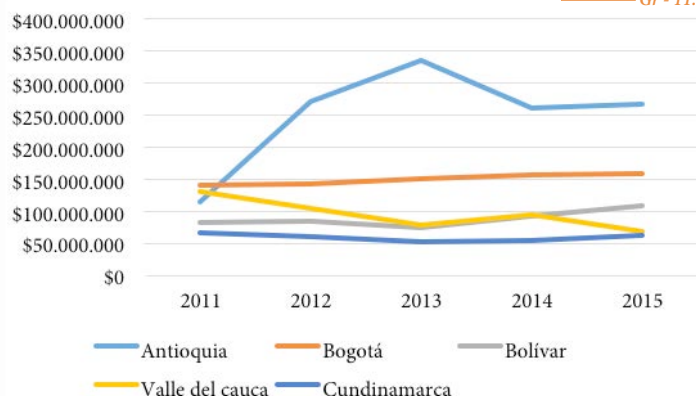


Gráfico 10.
Balanza comercial entre Colombia y México (2011-2015)



Gráfico 11.
Evolución de las exportaciones por departamento (2011-2015)



Oportunidades de Negocio

Un país como México es atractivo para compañías e inversionistas que deseen ubicar sus empresas en sectores estratégicos, que les permitan obtener mayores alcances en el mercado internacional y un crecimiento económico.

México lleva casi 30 años emprendiendo un camino hacia una mayor apertura económica, con énfasis en la liberación del comercio internacional de flujos de inversión. México a lo largo de estos periodos ha logrado consolidar diferentes acuerdos de libre comercio con las economías más importantes del mundo.

México ha suscrito acuerdos comerciales con 46 naciones, lo que lo posiciona como uno de los países más abiertos al comercio internacional, con acceso preferencial a más de 1.100 millones de consumidores potenciales y una representación mayor al 60% del PIB mundial. Para exportar e importar desde y hacia México, solo se requieren pocas horas (de 20 a 44 aproximadamente) para cumplir con todos los procesos fronterizos. Esto incluye el tiempo para la obtención, preparación y presentación de documentos durante el manejo en los puertos o fronteras, el despacho de aduanas y los procedimientos de inspección.

Otra ventaja que podemos encontrar sobre el país es la cercanía a los principales centros de consumo del mundo. Esto es relevante ya que permite a las empresas responder con mayor rapidez a cambios en la demanda y reduce el costo de inventarios. México está bien comunicado a través de 27.000 Km de vías férreas que unen al país al norte con Estados Unidos, al sur con Guatemala, al oeste con el Océano Pacífico y al este con el Golfo de México y el Océano atlántico.

El país cuenta además con diversas terminales de distribución interior comunicadas con los principales puertos marítimos, lo que permite reducir los costos y agilizar la llegada y salida de mercancías. El país cuenta en síntesis con: 76 aeropuertos abiertos (12 nacionales y 64 internacionales), 117 puertos marítimos (de los cuales 49 son de cabotaje y 68 son de altura y cabotaje), 27 mil kilometro de vías férreas y más de 370 mil kilómetros de carreteras.

Como se puede observar, son muchos los factores que hacen de México una de las mejores alternativas de localización de operaciones. En los años por venir el país continuara avanzando en distintos frentes como el de infraestructura, certeza jurídica, desregulación y seguridad, entre otros, con el objetivo de mejorar aún más el ambiente de negocios.

A pesar de que las inversiones privadas juegan ya un papel importante en la mayoría de los sectores, todavía hay grandes oportunidades para aumentarlas, especialmente en los sectores aún sin explotar.

Tabla Oportunidades & Negocio

O&N



Confitería

Impulsado por mejorar el bienestar y salud de los mexicanos, el Gobierno incentiva el consumo de productos saludables con menor contenido calórico y mayor contenido nutricional. Se abren paso las compras de confitería orgánica y los productos kosher por la alta concentración de comunidad judía en el país.



Frutas y hortalizas procesadas

Los alimentos como frutas (durazno, piña, manzana, mango, papaya y naranja); vegetales (zanahoria, calabacitas, jitomate y brócoli) y tubérculos (papa y plátano) son los más demandados en este mercado en el cual también se encuentran pimientos, espárragos y aceitunas enlatadas, entre otros. En conservas vegetales el consumidor prefiere empaques al vacío (pouche) y tetra pack (preferidos porque no se toca el producto al abrirlos), dejando a un lado los enlatados.



Licores (ron y de café)

La tendencia de consumo de bebidas con alcohol en México, está liderada actualmente por 4 tipos de bebidas: tequila, whisky, ron y cerveza. De ellas, el ron ocupa un lugar especial en cuanto a consumo en forma de coctel o bebida mezclada con gaseosa de cola y limón (cuba libre) o gaseosa de toronja (paloma).



Cosméticos

En los últimos años se ha presentado un creciente interés en artículos de cuidado masculino, cuidado capilar y protección solar. Por su parte, los productos para la belleza femenina son muy estables pues las mujeres están al tanto de las tendencias globales de la moda y consideran los cosméticos como un "lujo al alcance del bolsillo". En los próximos años serán atractivos los productos con fórmulas multipropósito a precios razonables, así como aquellos con formulaciones médicas y extractos naturales con los cuales el proveedor marca una diferencia en el mercado.



Muebles RTA y de alta gama

La categoría de muebles RTA ha experimentado un muy importante crecimiento en los años pasados gracias a su bajo costo, disponibilidad de colores y ambientes a llenar con esta solución, facilidad de transporte y diseño básico pero atractivo. Por su parte, se identifican oportunidades inmediatas para la oferta colombiana de muebles RTA para estudio, sala y dormitorio; y para la oferta colombiana de sofás y muebles en piel con alto diseño en las principales ciudades del país



Jeanswear Productos Varios

El consumidor busca diseños creativos, variedad de colores, combinación de telas y estampados con materiales diversos. En la mayoría de las posibilidades de grandes negocios, existe fuerte demanda de prendas con diseños exclusivos para marca del cliente y desarrollo frecuente de colecciones, por otro lado hay una alta demanda hacia productos de precio económico que se venden por catálogo.



Ropa interior y de control

La demanda se orienta a prendas exclusivas para marca propia del cliente y desarrollo de propuestas con alto contenido de diseño, colores y accesorios. La oferta de la industria de ropa interior y de control en México se concentra en productos básicos, lo cual abre la posibilidad de competir con producto diferenciado.



De acuerdo con la información que provee la Embajada de México en Colombia, las relaciones diplomáticas de ambos países empezaron el 10 de julio de 1831. Desde entonces ambos países han firmado diferentes tratados en busca de lograr cooperación bilateral en temas de educación, investigación, seguridad, comercio, entre otros.

Actualmente, ambos países se consolidan como socios estratégicos desde la perspectiva de la firma del Acuerdo de Asociación Estratégica (AEE), el cual, permitiría una profundización de los temas en la agenda bilateral.

Históricamente, los países han adelantado temas de comercio y cooperación bilateral, regional, y multilateral. A continuación, se presentan estos avances en orden cronológico:

•(1995 - 2006) G-3:

Tratado de libre comercio con la integración de México, Colombia y Venezuela. Correspondiente a un acuerdo de tercera generación, que no se limita únicamente al libre comercio e incluye puntos como la inversión, servicios, compras gubernamentales, regulaciones a la competencia desleal, y derechos de propiedad intelectual. Este grupo termina con la salida de Venezuela en el año 2006.

•(Abril 2011) Alianza del Pacífico:

consolidación del grupo de integración regional entre Chile, Colombia, México, Perú.

•(Agosto 2011) TLC:

Renegociación del tratado de libre comercio tras la salida de Venezuela del G3 y la coyuntura económica del momento.

•(Mayo 2015) Firma del Memorando de Entendimiento:

Establecimiento de la Relación Estratégica y creación del Comité Estratégico Colombo-mexicano integrado por empresarios, académicos y otras personalidades con el mandato de identificar las áreas y sectores que ofrezcan nuevas oportunidades, en una óptica de colaboración a largo plazo.

Además, existen otros 17 acuerdos, convenios y tratados suscritos entre ambos países. Estos corresponden a temas judiciales, fiscales, académicos, de transporte aéreo, turismo y otros.

Finalmente, ambos países son parte de:

•La Organización de Estados Americanos (OEA):

Creada el 30 de abril de 1948, es una organización internacional panamericanista de ámbito regional y continental. Tiene el objetivo de ser un foro político para la toma de decisiones, el diálogo multilateral y la integración del continente americano. Está conformada por todos los Estados independientes de América.

•La Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI):

Creado el 12 de agosto de 1980, como un organismo de integración regional. Actualmente, cuenta con 13 estados miembros: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. Busca reducir las trabas al comercio, impulsar la cooperación, promover el desarrollo económico y social, renovar los niveles de integración, y crear un área de preferencias económicas.

•Comunidad de Estados Latinoamericanos y caribeños (CELAC):

Creado el 23 de febrero de 2010, como un organismo intergubernamental de ámbito regional. Este promueve la integración y desarrollo de los países latinoamericanos y caribeños.



Relación Bilateral



#	Año
1	1823
Tratado de Amistad, Liga y Confederación.	
2	1928
Tratado de arbitraje.	
3	1975
Convenio sobre transporte aéreo.	
4	1979
Convenio básico de cooperación científica y técnica. Convenio de Intercambio cultural y educativo.	
5	1989
Acuerdo de complementación económica.	
6	1997
Acuerdo de Cooperación en materia de lucha contra el tráfico ilícito de estupefacientes y sustancias psicotrópicas.	
7	1998
Acuerdo de Cooperación en materia de asistencia jurídica. Acuerdo para el intercambio de información no judicializada. Convenio de cooperación turística. Reconocimiento mutuo de certificados académicos de educación superior.	
8	2009
Convenio para evitar la doble imposición y para prevenir la evasión fiscal en relación con los impuestos sobre la renta y el patrimonio y su protocolo.	
9	2010
Protocolo Modificadorio al Tratado de Libre Comercio.	
10	2011
Tratado de Extradición. Convenio Modificadorio del Acuerdo de Cooperación en Materia de Asistencia Jurídica.	
11	2014
Acuerdo sobre la implementación de un mecanismo de intercambio de información migratoria y policial.	
12	2015
Programa Específico de Cooperación para 2015-2016. Convenio sobre medidas contra robo y tráfico ilícito de bienes culturales.	

- Línea de tiempo de las relaciones Colombia-México -



12

TIPS PARA NEGOCIAR EN MEXICO

1. Es usual que el primer contacto que se realice entre empresas sea por vía telefónica o email. Estos medios son utilizados para la comunicación en general, pero casi nunca se cierran los negocios de esta manera.
2. Se aconseja hacer uso de la cordialidad y el contacto físico como herramientas principales para ganar la confianza de un mexicano. Para ello, hay que tener en cuenta que el saludo puede variar desde un apretón de manos prolongado hasta un abrazo breve. En el caso de las mujeres se da un beso en la mejilla.
3. Es esencial invertir tiempo para construir una relación personal estrecha con la contraparte, pues los mexicanos no establecen relaciones de negocios con alguien que no conocen.
4. La comunicación constante con los interlocutores es necesaria.
5. El respeto por las jerarquías y el estatus son vitales en la cultura de negocios. Se aconseja tratar con personas del mismo nivel jerárquico y con la persona que tomará las decisiones a la hora de negociar.
6. Hay que tener en cuenta que los mexicanos se presentan con nombre de pila y primer apellido, además los títulos profesionales son muy importantes. Es recomendable conocer el título del interlocutor para dirigirse a él como: “Doctor”, “Profesor”, “Ingeniero” o “Licenciado”, seguido del primer apellido.
7. Es fundamental mostrar interés por México ya que existe una fuerte identidad nacional.
8. Si se llega a presentar algún tipo de reunión informal con algún mexicano no es aconsejable hablar de negocios.
9. Entregar un regalo no es primordial, pero se considera un detalle bien intencionado, este no debe ser muy costoso para no incomodar a su contraparte.
10. La lengua oficial es el español, aunque los hombres de negocios hablan inglés fluido. Si se es extranjero, hablar español es un valor agregado.
11. La presentación personal para los hombres es de traje y corbata, a menos de que se traten temas del sector agroalimentario, donde se puede vestir de manera más relajada. En el caso de las mujeres deben utilizar prendas conservadoras, elegantes y usar maquillaje, tacones y perfume.
12. Se aconseja hacer uso de las tarjetas de presentación. Al recibir una tarjeta se debe poner en un lugar visible, preferiblemente sobre la mesa, y usted deberá dar la suya sin mayor formalidad.

Caso de éxito

Entrevista a Denim Factory S.A.

O&N: *Quisiéramos empezar con un contexto de la empresa. Que nos contara un poquito de la historia de Denim Factory.*

Denim Factory: Denim Factory tiene veinte años, se fundó como una empresa dedicada a confecciones, con el objetivo final de exportar para ampliar mercados. Hace veinte años se formó una empresa pequeña, que con el tiempo fue creciendo. La primera exportación fue por referidos, porque alguien necesitaba completar la capacidad para confeccionar a un cliente. El cliente era del exterior y necesitaba confeccionar en Colombia. Ahí empezó Denim Factory, ayudándole a ese alguien. Así, fue el primer negocio de exportaciones que nosotros hicimos.

Actualmente, el 65% de la producción la exportamos y el 35% es para mercado nacional aproximadamente. Las cifras varían dependiendo de la temporada y los negocios. Por ejemplo, en el mercado nacional trabajamos los primeros días de diciembre y enero, de ahí, entramos en todo lo que es exportación para las colecciones de primavera y verano de Europa.

O&N: *¿A qué países han exportado?*

DF: Nosotros somos muy fuertes en Europa: Francia e Italia. Pero igual hemos exportado a Estados Unidos, Costa Rica y México, tenemos un licenciario en Austria (uno de nuestros clientes grandes de Europa). Nuestro mayor mercado de exportación es Europa. También hemos exportado a Ecuador, Venezuela, Canadá, Chile y Argentina. Exportar hacia Argentina es una cosa de locos definitivamente, es demasiado complicado.

O&N: *¿Son muy proteccionistas?*

DF: Si, tienen unas barreras más que todo en el tema del dinero. Se deben obtener una serie de permisos antes de que la mercancía entre, como para asegurar el depósito de las divisas.

Los países más difíciles para exportar son: Venezuela, tenemos un cliente que nos pagó hace un año y apenas consiguió el permiso para mandar la ropa a hacer, Ecuador, que usa barreras arancelarias, y Argentina. Son absolutamente complicados, porque controlan la moneda. Al controlar la moneda la gente no tiene como pagar. Sin embargo, la ropa nuestra llega a muchos países a través de licenciarios, me explico, tenemos por ejemplo un cliente de Italia, Robi di Cappa, nosotros fabricamos la línea causal, ellos tienen varias sucursales, y nosotros le distribuimos a cada una de ellas. Cuando hacen el pedido de alguna camiseta, en promedio veinte mil unidades, ellos nos aclaran: "necesitamos quinientas para Austria, quinientas para Malta, dos mil para Italia...", son exportaciones pequeñas que finalmente permiten conocer las normas de cada uno de esos países, porque es igual exportar una unidad a exportar cien unidades. El procedimiento es exactamente el mismo.

O&N: ***En ese sentido normativo, ¿qué tal es México?***

DF: México es un país complejo para exportar, pero es un gran mercado. En cuanto a las divisas no hemos tenido ningún inconveniente, pero se debe tener cuidado en la parte aduanera. México es un país en el que los documentos son estrictamente ligados a la norma.

Por otro lado, ellos son muy estrictos en la parte de etiquetado de las telas de las prendas de vestir. En las marquillas de las prendas debe ir una información muy específica: piden quien lo produce, quien lo importa, quien lo exporta, cuales son las composiciones, y cuales son las condiciones de cuidado, además, la referencia en la marquilla tiene que ser exactamente igual a la de la documentación. Incluso algunos clientes mexicanos hacen una inspección pre embarque que pues si tienes algún problema de aduana, en el momento de ingresar un producto, se generan sobrecostos de bodegajes, de una cantidad de cosas, de inspecciones, así que prefieren pagar acá la pre inspección.

O&N: ***Continuando en esa línea, ¿qué tan difíciles son las negociaciones con México?***

DF: No son difíciles, mucha gente le teme mucho a eso, pero no. Pueden serlo precisamente por lo rigurosos que son por el tema aduanero, pero pues realmente si tú haces las cosas bien pues no hay problema.

O&N: ***Entonces, ¿la estrategia que utilizan con México es preventiva?***

DF: Si, conocer muy bien todo lo que México pide para poder que la mercancía llegue y no tenga ningún contratiempo. Si se necesita un permiso especial, si necesita una norma de etiquetado especial, tratamos de cumplirla a cabalida. Y no solamente en México, en todos los países a los que exportamos. Si te documentas bien de o que exige un país para ingresar cualquier se puede tener éxito

También es importante hablar con gente que ha tenido experiencia previa, no solo que conozcan la normativa, sino también los detalles que no aparecen escritos en ninguna parte y que son de mucho cuidado.

Buscando oportunidades de negocios es muy importante la palabra "muestras". Si usted quiere exportar a algún lado le van a pedir muestras, al que si le dá pereza hacer muestras no va a exportar nunca. Tenen en cuenta que todos los países tienen normativas diferentes en cuanto a muestras, embarque, antinarcóticos, etc.

O&N: ***Y entonces, ¿porque escogieron a México como mercado exportador?***

DF: Principalmente ha sido fruto de ferias y referidos. Coltejer tiene una empresa [Caltex], una textilera en México, y tiene clientes en Colombia, así formamos redes, se hacen contactos con la gente, con las ferias, se envían correos. Termina siendo un cluster sin serlo.

Por otro lado, Colombia tiene tratado de libre comercio con México, entonces es uno de los países meta. Los tratados son muy importantes en una negociación. México y Estados Unidos son dos de los países más complejos para el tema de las confecciones en cuanto al tratado: tu puedes exportar una prenda de vestir, si y solo si tiene materiales originarios. Es decir, no es que solamente la tela sea colombiana, sino que el hilo con el que se tejió la tela sea colombiano. El origen se da a partir del hilado, de ahí la fibra y luego la tela.

Es indispensable contar con el certificado de origen, en cualquier momento puede llegar el requerimiento de de este por las telas. Esto es de perseverancia como en todos los negocios: no todo es tan bonito. También está el problema de cobrar, cumplir requisitos, y demás cosas que se piden en el mercado nacional.

La primera recomendación que nosotros damos es asegure su pago. No se emocione, la emoción es pasajera

recuerdalo, es como si vas a vender tu carro o tu moto, no la das a la primera oferta, la mayoría de traspies que nosotros hemos tenido es por eso.

O&N: *¿Cuántos años llevan exportando a México?*

DF: México es un mercado muy interesante. Más de trece años llevamos exportando a México. Solo que es esporádico. El problema de nosotros en los últimos años ha sido la volatilidad del dólar.

Algo que nos favorece es que los mexicanos no compran tanto en china. México es un país que tiene uno de los mayores aranceles para los productos de este origen, hasta 225% de arancel para algunos productos, esto con el fin de proteger su producción interna.

O&N: *Del portafolio de productos que ustedes manejan ¿cuál es el producto que ustedes más exportan o han exportado al mercado mexicano?*

DF: Pantalones de hombre y de mujer. Aunque también hemos enviado chaquetas. Los negocios van y vienen, a veces se acaba la relación porque el cliente está mal, hicimos un mal trabajo, o simplemente van llegando nuevos.

O&N: *Y así como van llegando nuevos clientes ¿Cómo piensan ustedes que sería en un futuro las negociaciones con México? ¿Cómo creen que crecería ese mercado para ustedes?*

DF: Nosotros solidificamos mercados con base en referidos, al igual que los agentes de venta, quines juegan un papel muy importante. En el caso nuestro, en México tenemos un agente; en EEUU ya no tenemos agente; tenemos en Francia e Italia, y así en el resto de mercados.

O&N: *¿Y cuando se negocia, se entiende claramente todos?*

DF: Si, claro, si bien los países cambian la forma de llamar algunas prendas, generalmente es lo mismo, son algunos casos particulares, por ejemplo en México una chaqueta es una chamarra. Una ventaja para nosotros es que el sector de confección en Colombia está bien posicionado, ese terreno ya se lo ha ganado el país. El hecho de tener cero aranceles es otra ventaja, sin embargo, no es fácil decirle a un comprador de otro país ¡Crea en nosotros!. Ganar confianza es lo más difícil y es lo más importante, la confianza es fundamental.

O&N: *¿Con que frecuencia exportan a México?*

DF: En este momento estamos distanciados. Exportamos el año pasado. Ahora estamos negociando con una empresa, el problema con ellos es el precio, porque la parte aduanera ya está controlada.

Hemos exportado también a una empresa que se llama El Palacio del Hierro, es una tienda multimarca tipo Falabella pero muy elegante, es más estratificada; lo hemos hecho con una marca que se llama épsilon.

O&N: *Para finalizar, ¿Cuál es su estrategia de competencia?*

DF: El mercado mexicano da para tipo de productos: no todo el mundo quiere lo mismo, cada marca tiene cierto target, cierto mercado. Hay una segmentación de mercado profunda. Nosotros competimos con calidad y valor agregado, aunque la alta costura no es nuestro mercado, es muy aburrido (risas). El negocio está en tener productos con valor agregado.



¿Cómo ingresar al

México cuenta con un abanico de opciones para las empresas extranjeras interesadas en expandirse en el país. Las principales características a destacar en cuanto al comercio en es la gran red de tratados y acuerdos comerciales: el país cuenta con una red de 43 países y acceso preferencial a más de mil millones de consumidores potenciales. Además, se han enfocado esfuerzos en la diversificación de mercados para productos y servicios; y a través de tratados de libre comercio y acuerdos de complementación y asociación económica, se han establecido vínculos fructíferos con economías de Europa, Asia y América Latina, lo que ha impulsado en gran medida el comercio en México.

El país también cuenta con diversas terminales de distribución interior comunicados con los principales puertos marítimos, lo que permite reducir costos y agilizar la llegada y salida de mercancías.

La legislación para la entrada de mercancías varía de país a país según su lugar de origen y su destino, por este motivo, es importante que antes de comenzar un proceso de exportación se conozca a profundidad la documentación y procedimientos exigidos por el país de destino para evaluar la viabilidad del negocio. A continuación, se presenta la reglamentación aduanera para México.

Medidas arancelarias

Para ingresar al mercado mexicano, ciertos productos necesitan de una licencia de importación. El organismo a cargo de la emisión de la licencia de importación es la Secretaría de Economía. Requieren además de un certificado de origen. En el caso de los textiles, los requerimientos de importación son más estrictos que en otros sectores.

Existe un gran número de procedimientos para verificar los productos importados. Cerca del 10% de artículos son revisados al detalle. Todas las importaciones tienen que pasar a través de un agente de aduanas. Se debe presentar una declaración a la aduana mexicana, junto con la factura comercial, B/L o air waybill, y el certificado que evidencie el origen de los productos.

México aplica el Sistema Armonizado de Aduanas. Los aranceles se calculan ad valorem sobre el valor CIF de los productos, excepto productos procedentes de Estados Unidos y Canadá, donde el valor FOB se toma como referencia. Existen descuentos en los aranceles e incluso excepciones para productos que ayudan en el desarrollo de la industria local como lo es el “Programa de Maquiladoras”. Para el caso colombiano y gracias al Acuerdo Comercial en el Marco de la Alianza del Pacífico, el 92% del universo arancelario entra a México con cero tributos de importación.

Si la mercancía que desea ingresar no es para su venta o comercialización, o desea realizar la importación de mercancía por una sola ocasión, puede realizar la importación sin estar inscrito en el padrón de importadores; asimismo cuando se trate de operaciones vía mensajería, paquetería o servicio postal.



mercado mexicano?

Medidas no arancelarias

Estas medidas se establecen a través de acuerdos expedidos por la Secretaría de Economía (SE) o, en su caso, conjuntamente con la autoridad competente. Las mercancías sujetas a restricciones y regulaciones no arancelarias se identificarán en términos de sus fracciones arancelarias y nomenclatura que le corresponda de acuerdo con la Tarifa de la Ley del Impuesto General de Importación y de Exportación.

Requisitos y Documentación para Importar:

1. **Factura Comercial:** Debe ser presentada en original y con un juego de seis copias, todas con firma autógrafa, en inglés o español y con la siguiente información:
 - Aduana de salida (país de origen) y aduana de entrada (país de destino).
 - Nombre y dirección del vendedor o del embarcador
 - Nombre y dirección del comprador o consignatario
 - Descripción detallada de la mercancía (nombre, calidad, marca, número y/o símbolos utilizados por el fabricante, etc.)
 - Cantidad, peso y medidas del embarque
 - Precio de cada una de las mercancías enviadas, especificar el tipo de moneda (de preferencia en moneda de fácil conversión Ejemplo: Dólar Americano, libras, etc.) y señalar su equivalente en moneda nacional sin incluir IVA.
 - Divisa utilizada
 - Condiciones de venta establecidos conforme a los INCOTERMS. (Descripción de los montos por concepto de fletes, seguros, comisiones y costo de embalaje)
2. **Conocimiento de Embarque:** Documento expedido por el transportista en donde se debe especificar el nombre del remitente, la dirección, y el número de conocimientos de embarque emitidos.
3. **Lista de Empaque:** Permite determinar el contenido de cada uno de los paquetes que contiene la mercancía, se recomienda al destinatario la solicitud de la misma.
4. **Certificado de Origen:** Es solicitado en la secretaria de economía de México. Este documento también lo puede obtener el exportador en su país de origen.

De turismo por México

México cuenta con una gran diversidad de ecosistemas y actividades para los turistas. El territorio abarca desde los extensos desiertos de la zona norte, al testimonio histórico de las ciudades del centro, las costas del Golfo y del Pacífico, y hasta los tropicales bosques de los estados del sur que rodean los impresionantes vestigios arqueológicos de las culturales ancestrales.

Hoy en día tanto las grandes como las pequeñas aerolíneas ofrecen un extenso abanico de rutas a lo largo y ancho del país. Asimismo, la red de carreteras mexicanas permite la comunicación entre los puntos turísticos de forma fácil y segura. Para aquellos que necesitan otra forma de transporte terrestre existen el mecanismo que renta de automóviles y servicios de trasporte con buses de primera clase.

Las 5 joyas turísticas de México

Sistema Sac Actun / El río subterráneo más largo del mundo.

Ubicado en la península de Yucatán, en las inmediaciones de la zona arqueológica de Tulum, el Sistema Sac Actun es el río subterráneo más largo del mundo con 155 kilómetros de longitud. El sistema deriva de la conexión de Sac Actun con el río subterráneo Nohoch Nah Chich. En su interior cuenta con 111 cenotes.

El Sistema Sac Actun, y en general la Riviera Maya, contribuyen al turismo de estos estados. Yucatán recibió en agosto del 2014 un total de 123,085 turistas, de los cuales 79.1% fueron nacionales y 20.9% internacionales, un incremento de 4.3% respecto al mismo mes del año anterior. Quintana Roo recibió a finales de junio del mismo año, 5.2 millones de turistas, un incremento de 8.6% respecto a 2013 y Campeche recibió en 2013 a 1.4 millones de turistas de los cuales 999,738 fueron extranjeros y 430,434 fueron nacionales.



2



· Zacatón / El cenote más profundo del mundo.

Con 339 metros de profundidad, Zacatón es el cenote con agua más profundo del mundo. Ubicado en el municipio de Aldama, en Tamaulipas, este pozo natural es una maravilla de la naturaleza. A pesar de que en la superficie parece que las aguas se encuentran estancadas, a 10 metros de profundidad existe un túnel de 180 metros que comunica al cenote con el nacimiento del río.

Como la mayoría de los sitios turísticos, el cenote Zacatón contribuye al turismo. Durante los primeros meses del año 2014 arribaron a los principales destinos de Tamaulipas 1,528,524 turistas, cuando en el mismo periodo de 2013 llegaron 1,420,946.

3



· Gran Pirámide de Cholula

La pirámide más grande del mundo en cuanto a volumen.

Este “Cerro hecho a mano o de tierra”, acepción del náhuatl, ubicado en el municipio de San Andrés Cholula, Puebla, es el basamento piramidal más grande del mundo en cuanto a volumen se refiere, con 4,5 millones de metros cúbicos. Debido a la evangelización, sobre la Gran Pirámide de Cholula se encuentra una iglesia católica dedicada a la Virgen de los Remedios.

Actualmente existe un proyecto para realizar en esta zona el Parque de las Siete Culturas, un sitio cultural que busca renovar San Andrés Cholula para el turismo y que ha generado mucha polémica.

La Gran Pirámide de Cholula atrae a miles de turistas. Tan sólo en 2013, Puebla recibió un total de 10.234.000 turistas, de los cuales 82% fueron nacionales y 18% internacionales, un incremento de 21% respecto al mismo mes del año anterior.

4



· Pirámides circulares en Guachimontones / Únicas en el mundo.

Este antiguo centro ceremonial se encuentra ubicado en el municipio de Teuchitlán, a una hora de Guadalajara, Jalisco. Con varias construcciones de estilo peculiar, las pirámides de Guachimontones son únicas en su tipo, ya que son cúmulos cónicos escalonados o pirámides rodeadas de patios circulares. También cuentan con un juego de pelota.

Las pirámides circulares de Guachimontones contribuyen al turismo en el estado de Jalisco, que ha recibido en años anteriores un total de 23,540,496 de visitantes: 3.4 millones extranjeros y 20.048 millones nacionales.

5



· Pirámide de Chichén Itzá / Una de las siete nuevas maravillas del mundo.

Este sitio arqueológico es Patrimonio Cultural de la Humanidad nombrado por la UNESCO y una de las “siete nuevas maravillas del mundo”. Por si esto fuera poco, cada año, durante los equinoccios de primavera y otoño, gracias a la gran maestría matemática con que fue construida, el sol crea la ilusión de una serpiente ascendiendo y descendiendo por las escaleras de la pirámide de Kukulcán.

Además del Castillo (Pirámide de Kukulcán), Chichén Itzá tiene varias estructuras más en la zona central, como el juego de pelota, varias plataformas y otros templos. Cerca de ahí existe un Cenote Sagrado, que, se cree, los antiguos mayas lo usaban para ritos ceremoniales, incluidos sacrificios humanos.

La pirámide de Chichén Itzá es un gran atractivo para los turistas. Tan sólo en agosto del 2014, la afluencia de visitantes al parador turístico de Chichén Itzá se ubicó en 16,590 personas, un incremento de 7.2% respecto a los 15,368 registrados durante el mismo periodo del año pasado. En total, 1,207,382 turistas visitaron Chichén Itzá en los primeros meses del año.



O&N
Oportunidades & Negocios

