



CONQUISTAR
MERCADOS PROPIOS PARA
CONQUISTAR
EL MUNDO



Importancia del Mercado Interno

EL MERCADO INTERNO provee experiencia

**Mayor probabilidad de éxito
en el exterior si ya se conquistó
el mercado nacional**


**Las diferentes culturas regionales
reclaman mayor exigencia estratégica**

Lo anterior contribuye:

**Al desarrollo de competencias y habilidades empresariales
y comerciales.**

A la generación de destrezas de innovación y adaptación.

**Las probabilidades de conquistar el
mundo se incrementan si antes se
ha conquistado el mercado interno.**



Ventajas del Mercado Interno



La mayor afinidad entre el empresario y su mercado, puede ayudar al éxito generando confianza, seguridad y preparándolo para mercados más complejos.

La cercanía física al mercado interno le permite al empresario reconocer con mayor facilidad los cambios y las exigencias que el mercado experimenta.




Comprar colombiano
FOMENTO A LA EXPORTACIÓN

COMPRAR EN COLOMBIA GENERA EMPLEO

100% DE PRODUCTOS DE COLOMBIA

TODOS POR UN NUEVO PAÍS

Incentivo al Mercado Interno

A photograph of a busy trade show booth. In the foreground, a man with a beard and a grey polo shirt is talking to a woman with long blonde hair. To the left, another woman in a floral patterned top is looking at a laptop. The booth has red vertical panels with white numbers like "02", "04", "05", "07", and "08". A water bottle is on a table. In the background, other people and booths are visible.

Con el propósito de incentivar y afianzar las conexiones entre las economías regionales, el MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO Y PROP AIS crean una plataforma que facilita la generación de negocios entre las empresas de distintas regiones.



Nuestra misión es conectar a las empresas de menor tamaño con la gran y mediana industria presente en el país ubicada en una región distinta, mediante la realización de encuentros de negocios.

En estos encuentros los empresarios tienen la oportunidad de exhibir sus productos y servicios aumentando su base de clientes, lo que promueve el incremento de los niveles de producción y ventas.



Incentivo al Mercado Interno

Posibilita que las pequeñas empresas vendedoras de producto nacional negocien con grandes compradores de otras regiones, a las que en otras condiciones no hubieran podido acceder.

Permite que compradores puedan contar con proveedores de bienes, servicios, insumos y materias primas, para elegir a quienes ofrezcan las mejores calidades y precios.

COMPRE COLOMBIANO corrige fallas de mercado

Permite conocer otros integrantes de la cadena del negocio (proveedores, aliados y clientes).



A close-up photograph of a young man with short dark hair, smiling broadly and showing his teeth. He is wearing a light blue button-down shirt. He is leaning against a textured stone pillar on the left side of the frame. The background is a blurred outdoor setting with buildings and a clear sky.

**Se necesita impulsar
la conexión Inter-regional**

Conforme cifras del DANE, la participación histórica de los departamentos en el PIB nacional se concentra en cuatro (4) regiones: Bogotá, Antioquia, Valle y Santander.

Sin embargo, la tasa de crecimiento por encima del promedio nacional se presenta en otras regiones del país.

En el 2016 por ejemplo, se destacó las tasas de crecimiento de Bolívar, Caquetá, Risaralda y Atlántico. En 2015 se destacó: Cauca, Arauca, Quindio y Nariño.

Conforme estos datos, la riqueza está concentrada en 4 regiones pero la tendencia de crecimiento siempre está en otras.



Luego no es una buena estrategia empresarial concentrar los negocios en Bogotá, Antioquia y Valle del Cauca.



Cómo estamos logrando la Conexión Inter-Regional Efectiva



El Mincomercio y PROPAIS, mediante la plataforma Compre Colombiano, precisan y emparejan el requerimiento de los compradores con el portafolio de bienes y servicios de las empresas presentes en una región.

Del anterior emparejamiento se genera una lista de potenciales oportunidades de compra-venta.

El emparejamiento se utiliza para acoplar los servicios y productos de las MIPYMES colombianas de manera efectiva con las necesidades de adquisición de las compañías más grandes del país que usualmente compran esos artículos a otra gran empresa o por fuera del país.

Luego se organizan encuentros de negocios para que los empresarios creen conexiones cara a cara.



Qué hemos logrado

Desde 2011, en alianza con el MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, PROPAS ha organizado más de 180 encuentros de negocios COMPRE COLOMBIANO que ha conectado a 2.500 grandes compradores con 14.000 proveedores MIPYME logrando un total de expectativas de negocio por más de medio billón de pesos.

A woman wearing a white and red Loya hat, a denim jacket, and a Loya pin, holding a red circular sign with a hand icon and the text "compra colombiana". The background shows shelves of clothing.

Estos negocios han generado los siguientes impactos:

Los negocios cerrados representan un 19% de incremento en ventas anuales para las empresas vendedoras.

Incremento del 21% de la capacidad instalada de producción de las empresas que cerraron negocios.

Incremento del 5% de las plantas de personal.

En estos encuentros de negocios han participado empresas de todos los tamaños, de todas las regiones y de todos los sectores económicos.



Lecciones Aprendidas y Desafíos



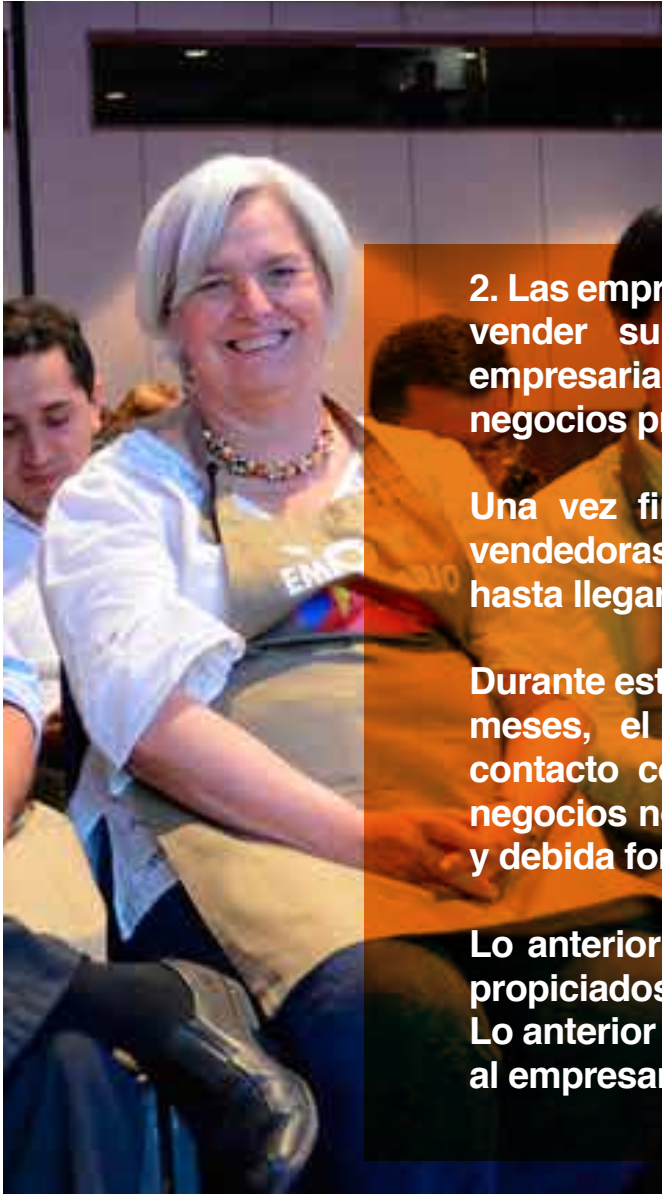
A pesar de la diversidad, existen 2 grandes lecciones aprendidas que son comunes a todas y que se contituyen en nuestro desafio inmediato:

1. Sabemos que las variables que mayor influencia tienen sobre la decisión de compra por parte de los COMPRADORES por orden de importancia son:

Relación costo-beneficio del producto - Diferenciación del producto y/o servicio - Volumen de producción

En síntesis, estas tres son las variables que más importancia tienen para los COMPRADORES de los distintos sectores productivos de Colombia.

El sector Agropecuario difiere con respecto a los demás, en cuanto a que le otorgan mayor importancia a la habilidad en la negociación, volumen de producción y capacidad logística.

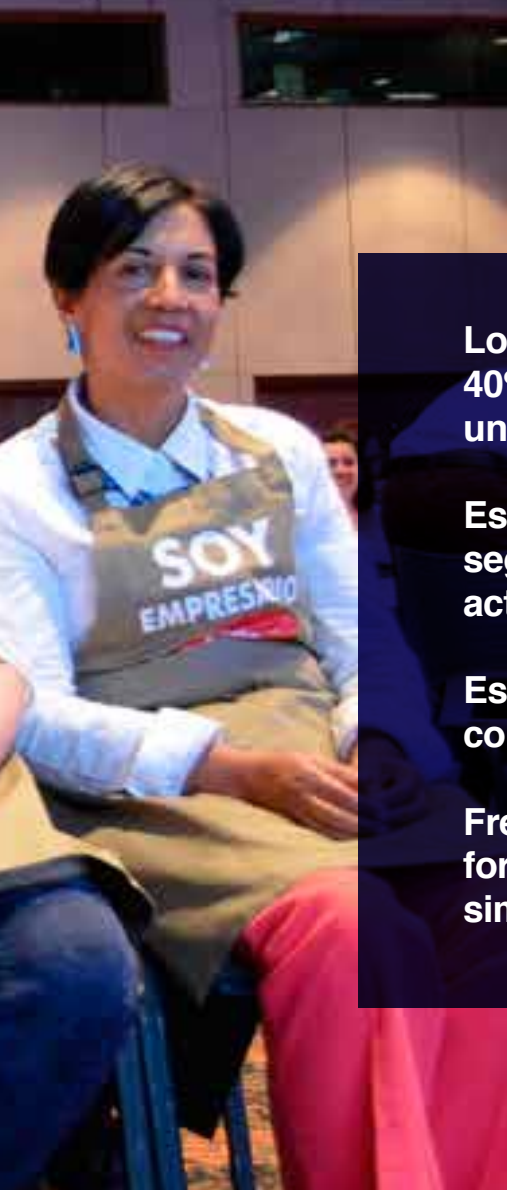


2. Las empresas colombianas son excelentes para presentar y vender su empresa y el producto en los encuentros empresariales, pero débiles al momento de cerrar los negocios propiciados en los encuentros empresariales.

Una vez finalizado el encuentro empresarial, la empresas vendedoras y el comprador nacional continúan la negociación hasta llegar a una decisión de compra/venta definitiva.

Durante este periodo de negociación que en promedio toma 3 meses, el equipo de monitoreo de PROPAIS mantiene contacto con ambas partes y sabe que gran parte de los negocios no se cierran por falta de seguimiento, persistencia y debida formalización de las empresas vendedoras.

Lo anterior indica que existe una brecha entre los negocios propiciados y los negocios que efectivamente se cierran. Lo anterior genera desafíos para la institucionalidad de apoyo al empresario y para los empresarios.



Los negocios propiciados que no se cierran se produce en un 40% por fallas en el seguimiento del vendedor y en un 30% por un desencanto del comprador con la muestra.

Es preciso apoyar a los empresarios en técnicas de seguimiento para concretar la venta y en reforzar en ellos una actitud persistente.

Es preciso apoyar a los empresarios en la producción con consistencia de sus productos.

Frente a este último punto, cobra la mayor relevancia la formalización y la actual estrategia del Mincomercio para simplificar trámites.



**Seguimos comprometidos con los empresarios colombianos.
Ustedes no sólo son productores, también consumidores,
los invito a Comprar colombiano,
a comprar progreso y a construír país.**