



EXPORTACIONES A AUSTRALIA

2016

¿Quiénes somos?

PROCOLOMBIA

Promueve las exportaciones, el turismo, la inversión, la expansión de la industria para la internacionalización e integra el trabajo de Marca País en el plano estratégico de promoción de Colombia.

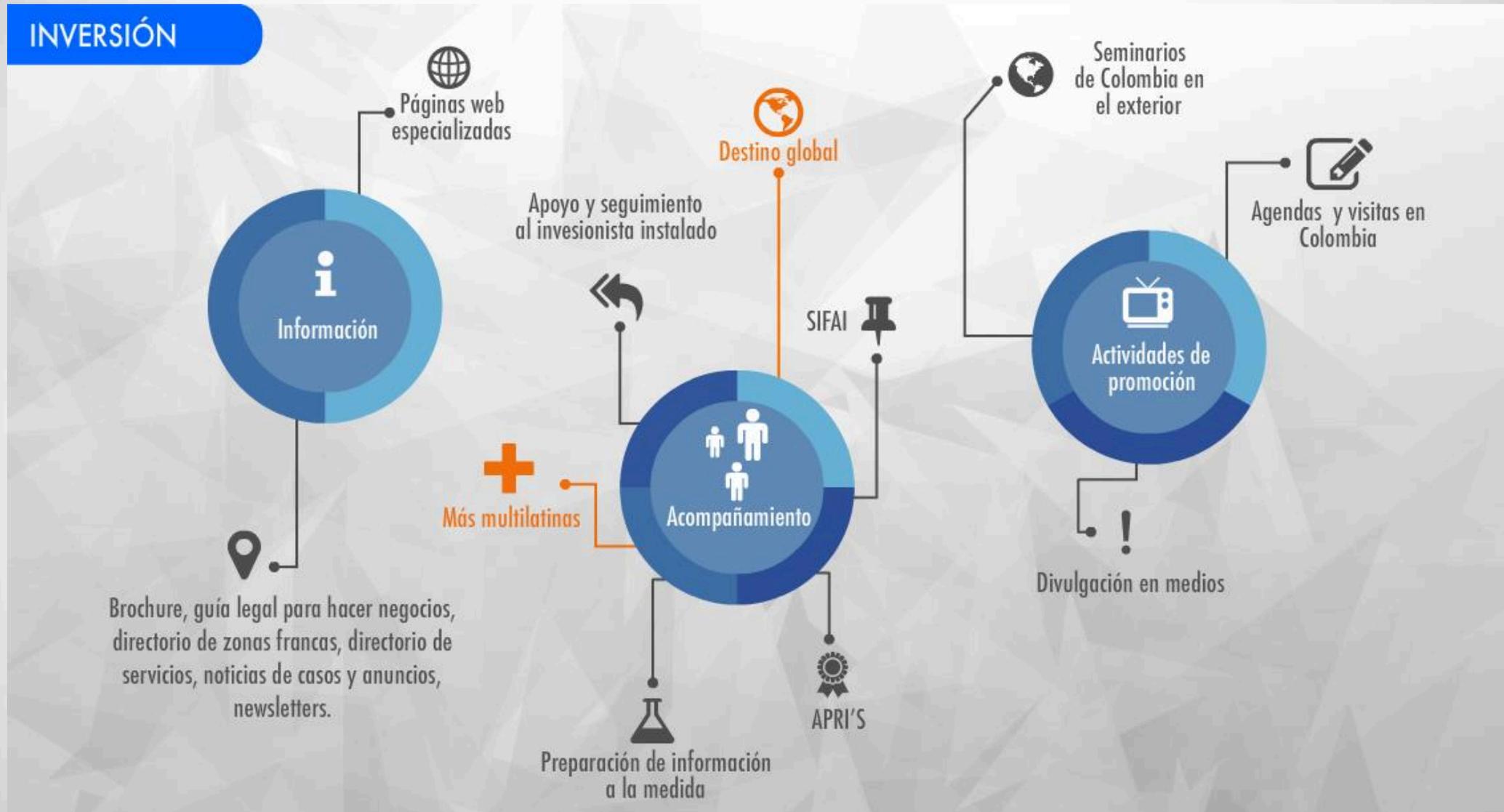


Servicios PROCOLOMBIA



Servicios PROCOLOMBIA

INVERSIÓN

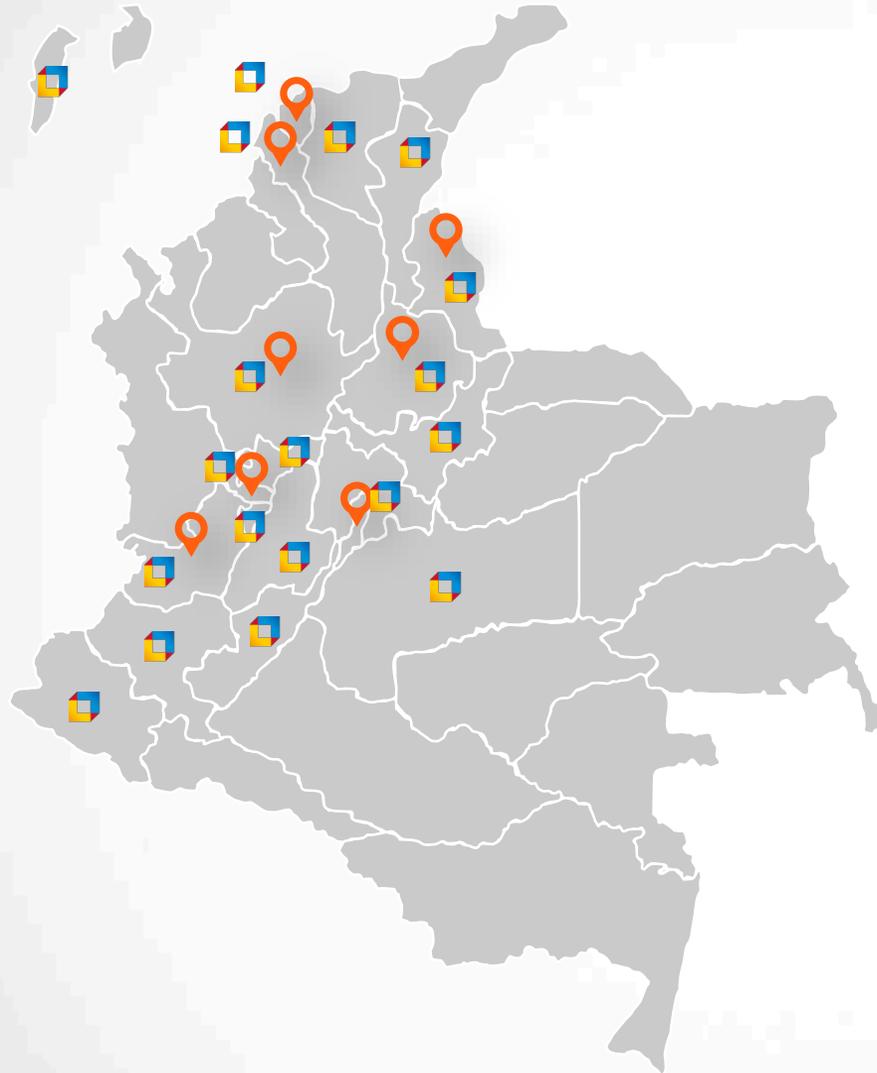


Servicios PROCOLOMBIA

TURISMO



PROCOLOMBIA en Colombia



25

Centros de
información



Valledupar. Pasto. Palmira. Armenia =
Universidad Gran Colombia – Cámara de
Comercio. Villavicencio. Boyacá = Tunja -
Duitama - Sogamoso. Ibagué. Santa Marta.
San Andrés. Aburrá Sur. Neiva. Barranquilla =
Cámara comercio – Universidad del Norte.
Cartagena. Medellín. Bucaramanga. Cali =
Cámara de Comercio. Pereira. Bogotá.
Manizales. Cúcuta.

8

Oficinas
Regionales



Barranquilla. Bogotá. Bucaramanga. Cali.
Cartagena. Cúcuta. Medellín. Pereira

PROCOLOMBIA en el mundo

26 Oficinas comerciales
presencia en 30 países

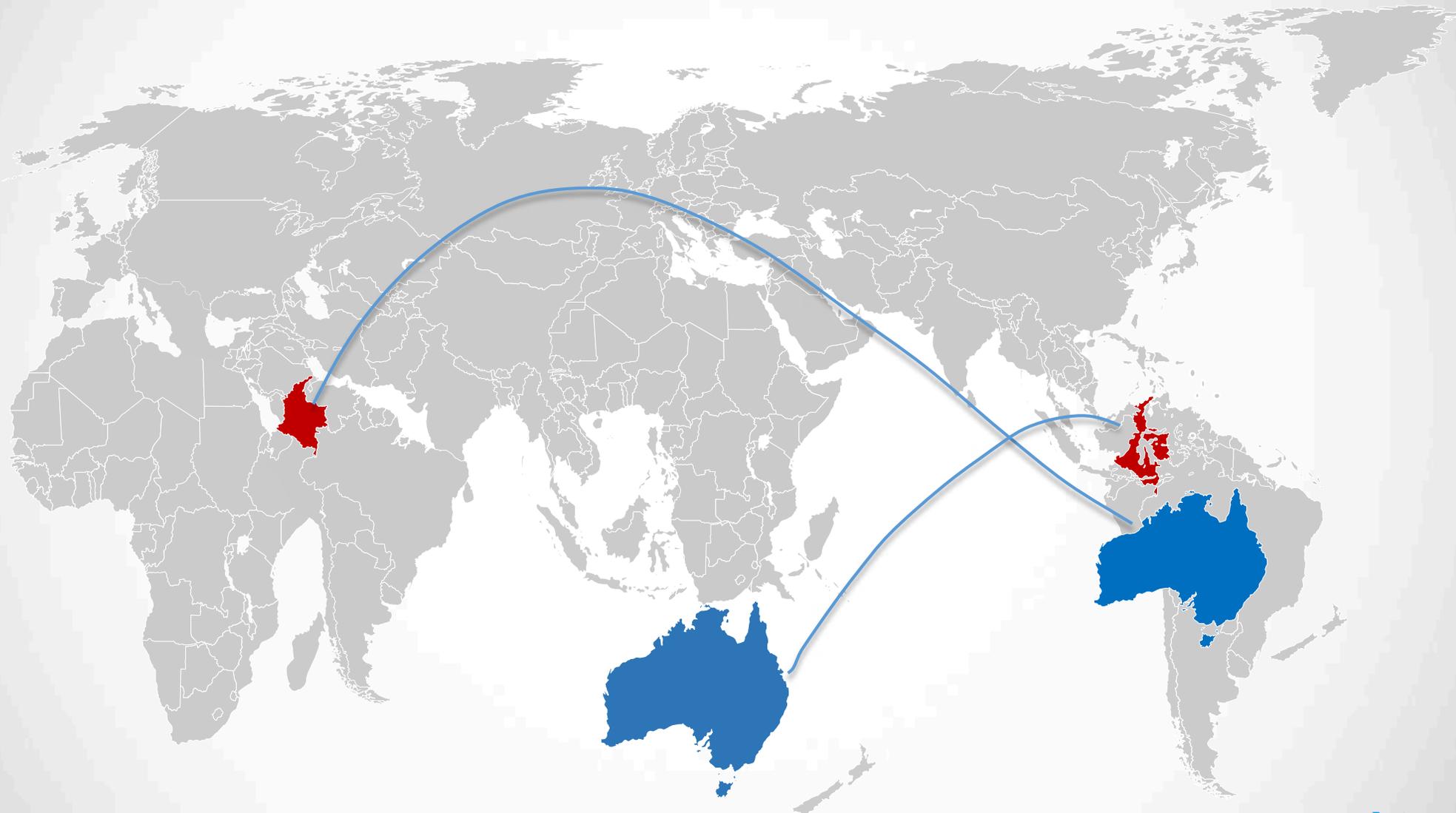


Estados Unidos. Canadá. México. Guatemala. Costa Rica. Caribe. Venezuela. Brasil. Ecuador. Chile. Perú. Argentina. España. Alemania. Portugal. Reino Unido. Francia. Turquía. Emiratos Árabes Unidos. India. China. Corea Del Sur. Rusia. Japón. Singapur. Indonesia.



Australia,
un mercado potencial para los productores
colombianos

..... Rompiendo Paradigmas



¿Por qué Australia?



Australia, la 12° economía más grande del mundo.



Crecimiento económico sostenido cercano al 3% en los últimos 5 años.



Clase media creciente y próspera que apoya el crecimiento del PIB.



Aproximadamente el 56% del PIB de Australia se debe al consumo privado.

¿Por qué Australia?



Es el 8º país con más gasto en turismo internacional con 28,4 billones en 2014.



Los productos agrícolas australianos cubren alrededor de 60 Millones de consumidores en el mundo.



Es miembro del OCDE, el G-20, ASEAN, APEC, la OMC y la ONU.



El 70% de sus relaciones comerciales son con los países que conforman APEC.

Contexto Australiano

- **Capital:** Canberra
- **Población:** 23'777.800 Hab (Julio 2015 est.)
- **Moneda:** Dólar Australiano
- **Superficie:** 7'741.220 Km²
- **Idioma:** Inglés
- **Gobierno:** Democracia Parlamentaria Federal.

Principales Productos:

Carbón, Mineral de Hierro, Carne, Lana, Oxido de Aluminio, Trigo, Maquinaria y Equipo de Transporte.

Banco Mundial (Enero 2016)



Ciudades más importantes



Nombre	Población
Sídney	4.921.00
Melbourne	4.529.500
Brisbane	2.308.700
Perth	2.039.200
Adelaide	1.316.800
Gold Coast	533.659
Canberra	391.473

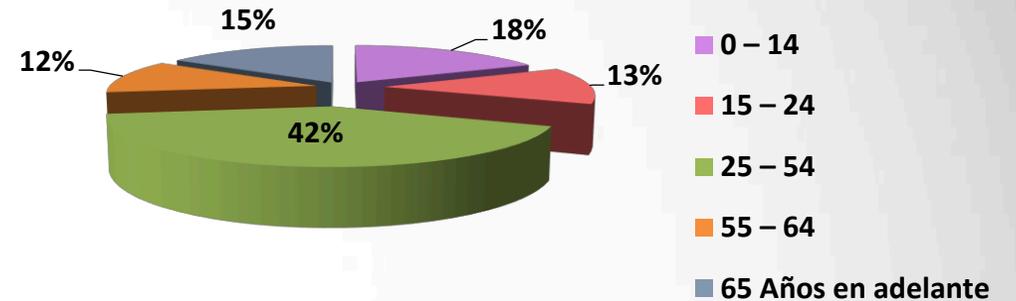
*Fuente Australian Bureau Of Statistics

Contexto Australiano

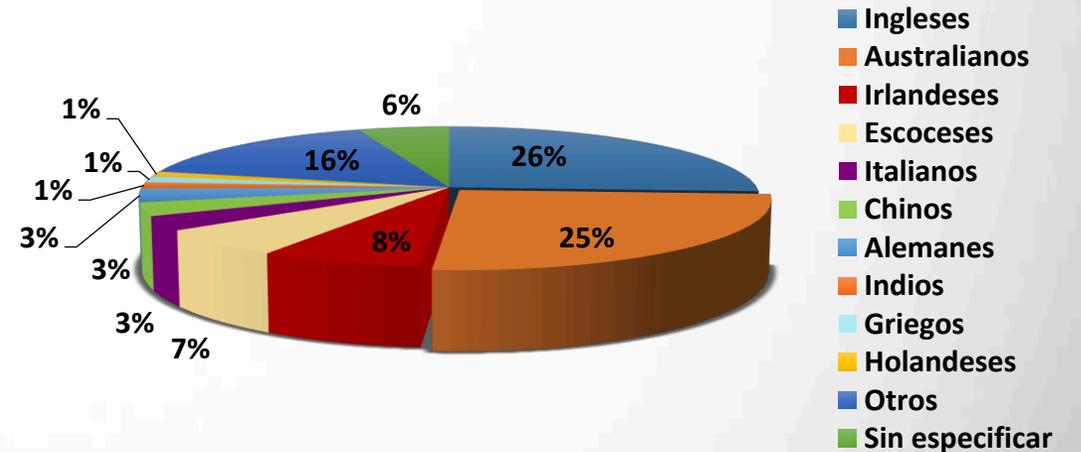
Demografía

- La mayoría de la población en Australia es de origen europeo, también hay grandes comunidades asiáticas residentes en Sidney y gran parte de los habitantes están concentrados en el sudeste del país, enfocándose en las zonas costeras.
- Australia por ser un país de inmigrantes tiene gran variedad cultural representando una oportunidad para nuestra oferta.

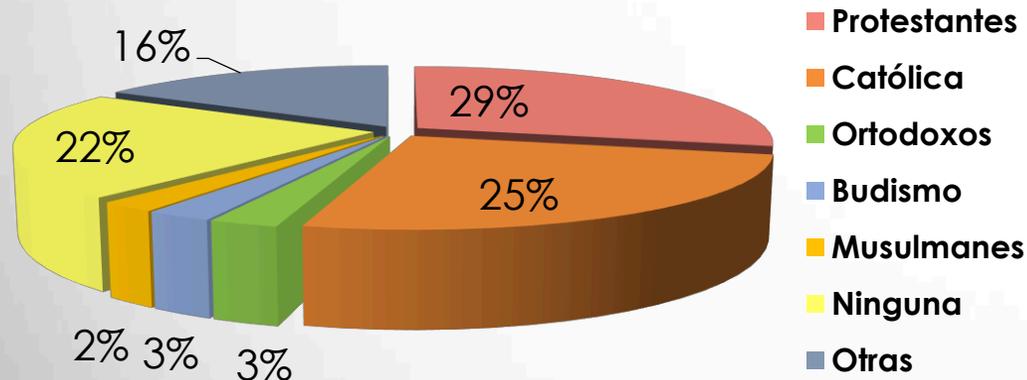
Estructura por Edad



Composición por Grupos Étnicos



Religión



Australia - Colombia



	Colombia	Australia
Población	46'736.728 Hab.	23'777.800 Hab
Territorio	1'138.910 km ²	7'741.220 km ²
Composición de la Población	Rural: 23.6% Urbana: 76.4%	Rural: 10.6% Urbana: 89.4%
PIB (USD)	274.2 mm	1.241 mm
PIB PPP (USD)	665 mm	1.489 mm
PIB per cápita PPP (USD)	14.000	65.400
Crecimiento PIB	2.5 % (2015)	2.4 % (2015)
Inflación	4.4 % (2015)	1.9 % (2015)
Desempleo	9.4 % (2015)	6.2 % (2015)

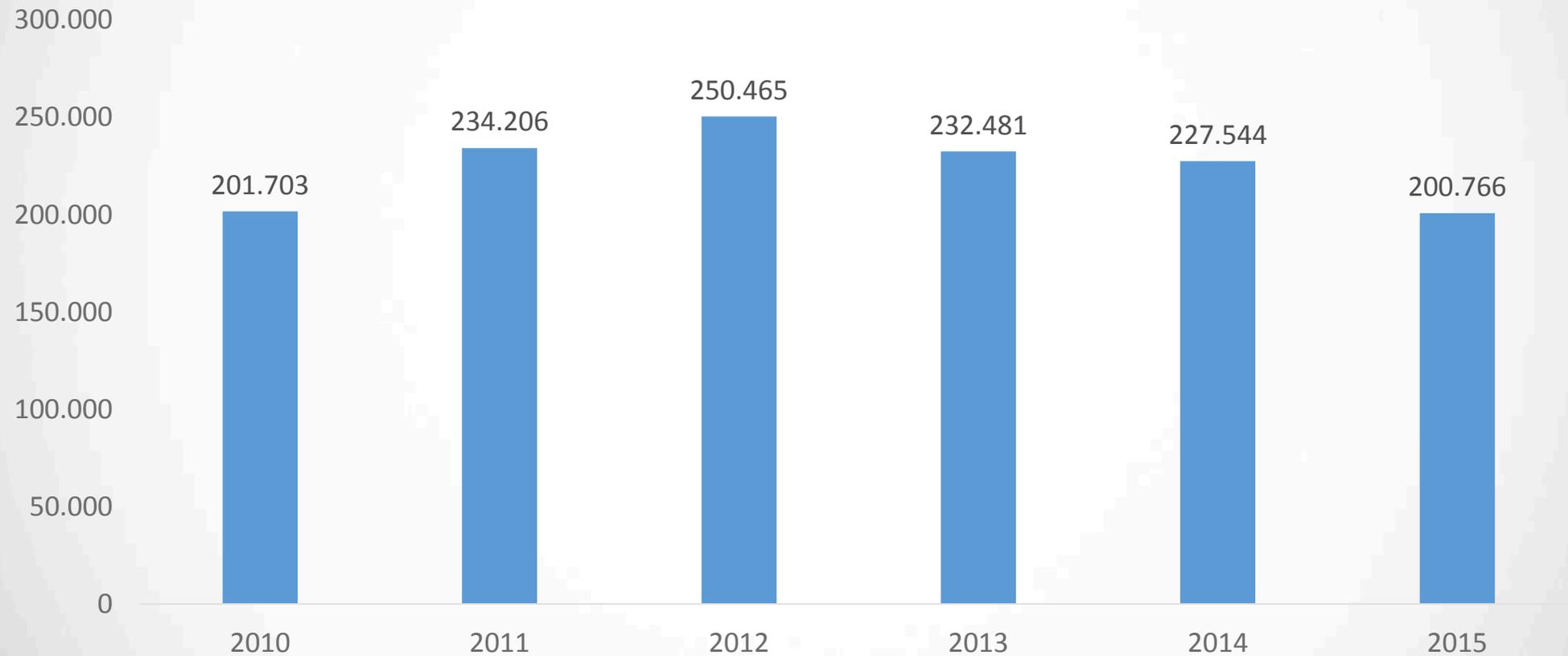


A scenic view of the Sydney Harbour Bridge and the Sydney city skyline at dusk. The bridge is on the left, and the city skyline is on the right. The water is in the foreground, and the sky is a mix of blue and orange. The text "Relación Comercial Australia" is overlaid in white, bold, sans-serif font in the center of the image.

Relación Comercial Australia

Australia importó del mundo US\$200.766 millones en 2015

Importaciones de Australia US\$ millones



Fuente: TradeMap

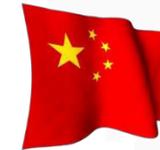
El 42% de las importaciones **australianas** provienen de China, Estados Unidos y Japón

Principales productos importados por Australia

(US millones)

Descripción del producto	2013	2014	Variación	Participación 2014
Máquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	33.701	31.554	-6,4%	15,7%
Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos terrestres, sus partes	26.172	24.891	-4,9%	12,4%
Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación	36.237	22.211	-38,7%	11,1%
Máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	22.212	20.555	-7,5%	10,2%
Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida	8.293	7.723	-6,9%	3,8%
Productos farmacéuticos	8.472	7.233	-14,6%	3,6%
Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	6.616	6.914	4,5%	3,4%
Materias plásticas y manufacturas de estas materias	5.798	5.427	-6,4%	2,7%
Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	5.924	5.307	-10,4%	2,6%
Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares	4.419	4.384	-0,8%	2,2%
Otros	69.700	64.567	-7,4%	32,2%
Total	227.544	200.766	-11,8%	100,0%

Principales socios comerciales de Australia en 2014



China

US\$46.280 millones (23,1%)



Estados Unidos

US\$22.582 millones (11,2%)



Japón

US\$14.835 millones (7,4%)



Corea del Sur

US\$10.989 millones (5,5%)

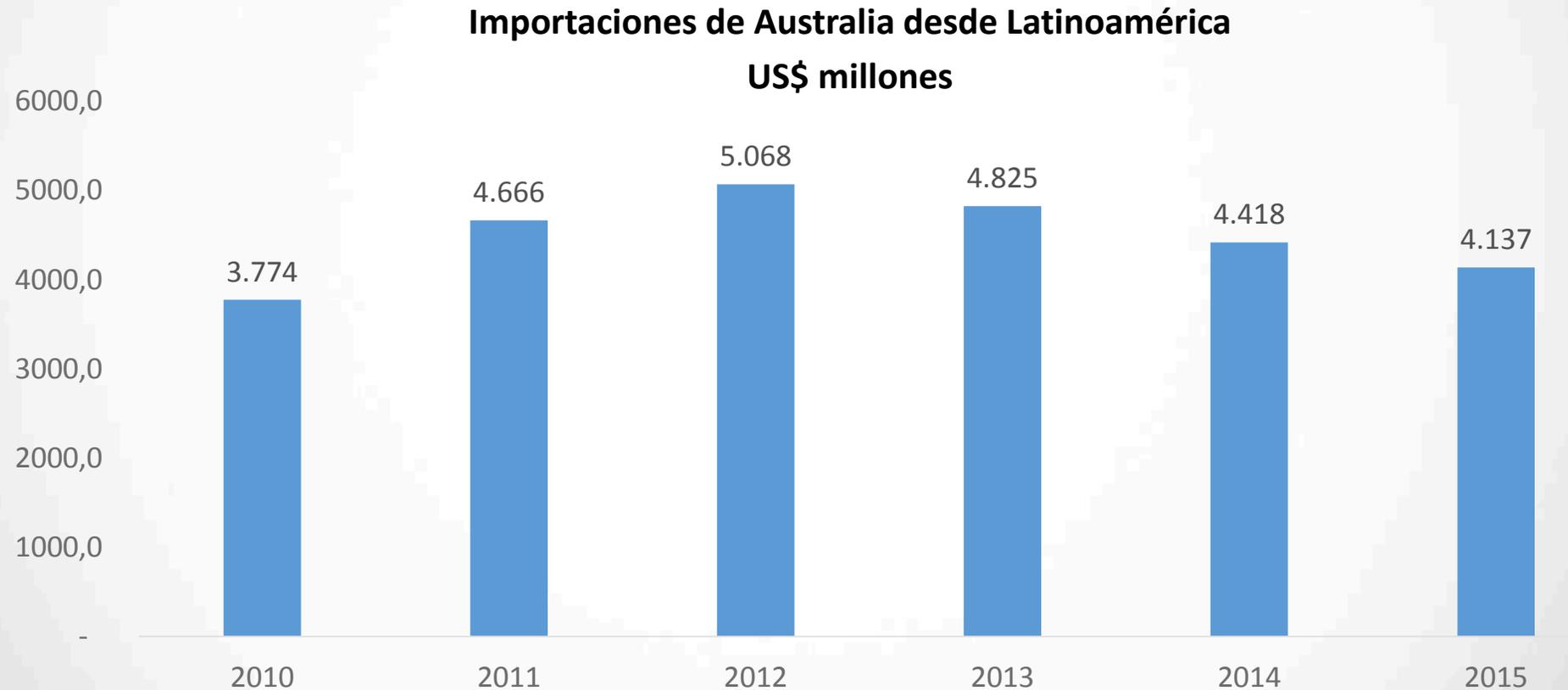


Tailandia

US\$10.173 millones (5,1%)

En 2015, Australia importó US\$4.137 millones desde Latinoamérica

Las importaciones australianas desde Latinoamérica registraron una tasa de crecimiento compuesto anual de 1,9% entre 2010 y 2015.

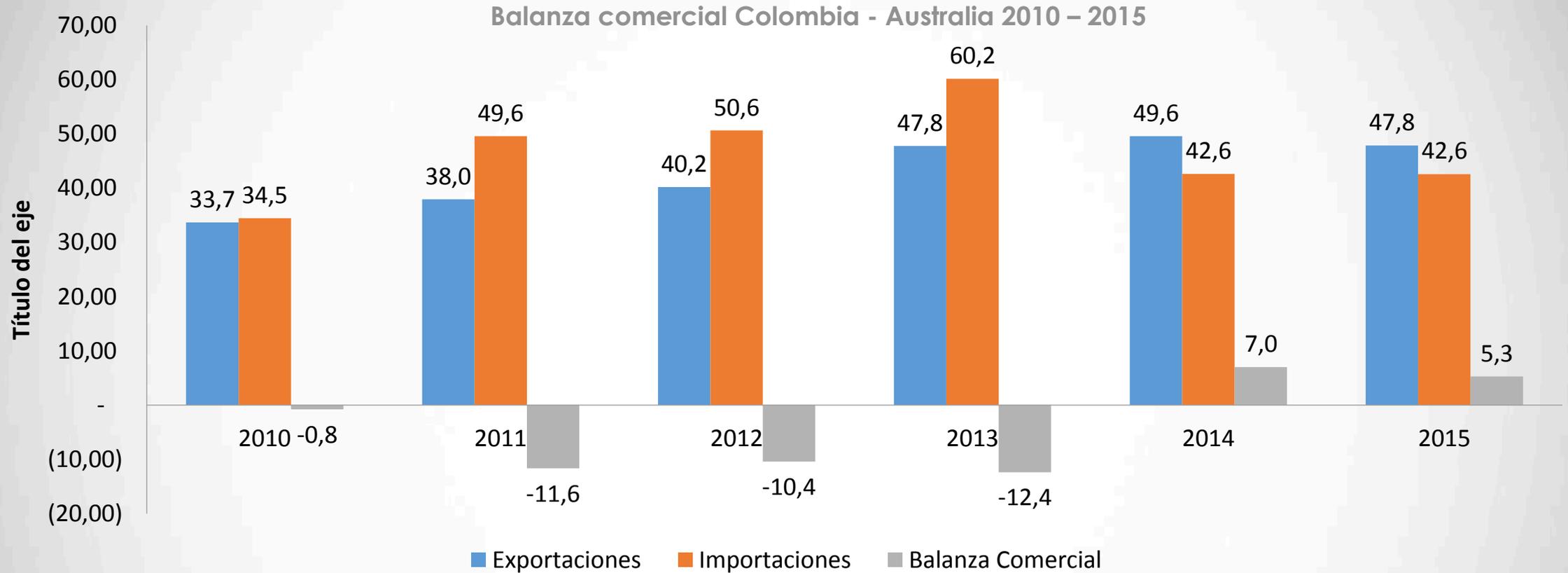


En 2015, Colombia exportó
US\$47,8 millones a
Australia



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

En 2015, Colombia exportó US\$47,8 millones a Australia, creciendo a una tasa del 7,3% anual desde 2010



Exportaciones colombianas a Australia 2010 - 2015

TIPO	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mineras	455.230	29.579	42.404	23.000	371.918	167.141
No Mineras	33.216.409	37.924.650	40.162.251	47.741.327	49.221.857	47.678.693
Total general	33.671.639	37.954.229	40.204.655	47.764.327	49.593.776	47.845.834

El 60% de las exportaciones de Colombia a **Australia** se concentraron en **Café**

Principales productos exportados 2013 – 2015

Sector	2013	2014	2015	Variación 2015 / 2014	Participación
Café	20.493.582	24.560.363	28.807.324	17,3%	60,2%
Flores frescas	6.013.616	6.399.440	5.814.287	-9,1%	12,2%
Derivados del café	1.660.269	2.082.614	1.948.525	-6,4%	4,1%
Aceites y grasas	1.960.893	1.986.835	1.321.172	-33,5%	2,8%
Frutas y hortalizas procesadas	770.482	1.234.964	1.163.639	-5,8%	2,4%
Artículos promocionales	561.043	514.375	775.404	50,7%	1,6%
Confecciones	1.096.830	1.092.005	667.715	-38,9%	1,4%
Subproductos de origen animal	352.210	311.391	618.597	98,7%	1,3%
Artículos del hogar	650.544	665.349	568.968	-14,5%	1,2%
Bebidas alcohólicas y no alcohólicas	116.397	209.402	535.440	155,7%	1,1%
Productos de panadería y molinería	389.575	340.526	458.213	34,6%	1,0%
Muebles – oficina	842.263	548.030	428.697	-21,8%	0,9%
Manufacturas de cuero	410.609	301.689	371.803	23,2%	0,8%
Azúcares y mieles	409.290	815.283	368.358	-54,8%	0,8%
Plástico (envases/empaques)	1.158	319.455	355.101	11,2%	0,7%
Otros	12.035.566	8.212.055	3.642.591	-55,6%	7,6%
Total general	47.764.327	49.593.776	47.845.834	-3,5%	100,0%

Fuente: DANE – MinCIT

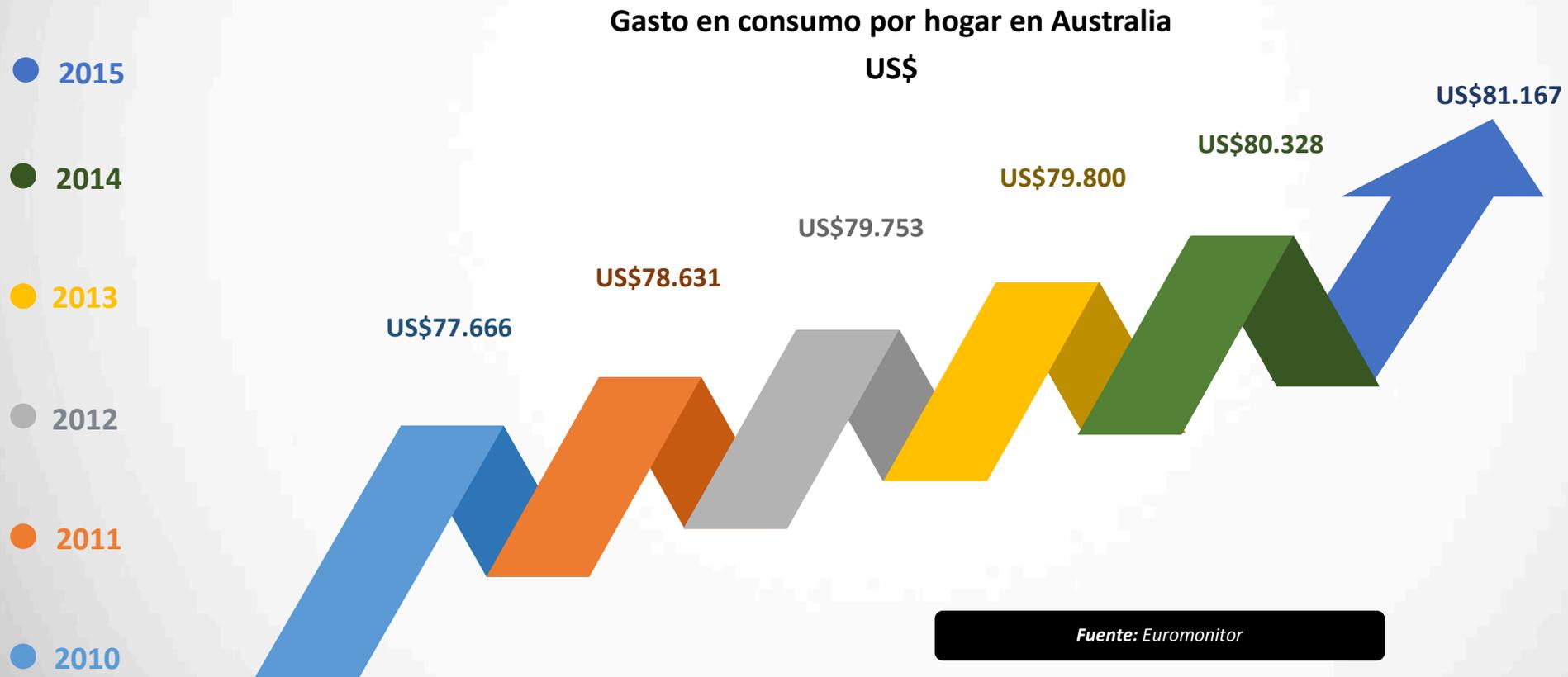
Promedio Gasto Mensual australiano

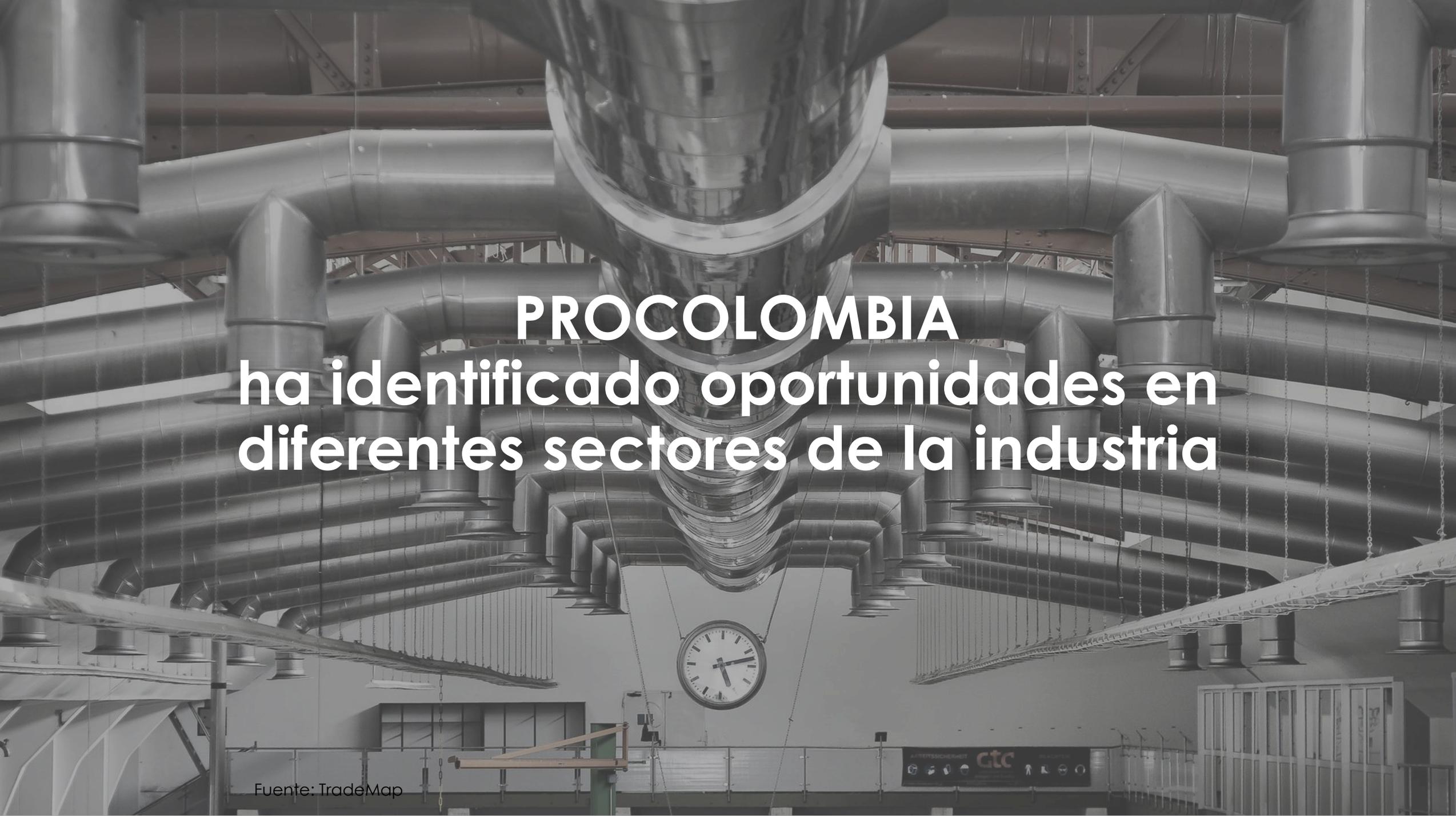
Salario Promedio: \$ 4.500 USD

	Persona Soltera (por debajo de los 35 años)	Pareja (por debajo de los 35 años)	Pareja con niños (hijos por debajo de 5 años)	Pareja con niños (niños con edades entre 5-14)	Pareja con niños (niños con edades entre 14-24)
Vivienda	32%	25%	25%	19%	13%
Energía y gasolina	2%	2%	2%	3%	3%
Alimentos y bebidas	12%	14%	15%	17%	17%
Ropa y calzado	3%	4%	4%	4%	4%
Gastos médicos	3%	4%	5%	5%	5%
Alcohol	3%	3%	2%	2%	2%
Transporte	16%	16%	15%	15%	17%
Recreación	12%	13%	9%	12%	13%
Otros	17%	20%	25%	23%	26%

Entre 2010 y 2015, el gasto en consumo por hogar en **Australia** creció de manera constante

El consumo por hogar en Australia es 4 veces superior al promedio latinoamericano (US\$18.481) y es uno de los más altos del mundo.



A black and white photograph of an industrial interior. The scene is dominated by a complex network of large, metallic pipes and ducts that crisscross the space. In the center, a round analog clock hangs from the ceiling by a chain. The lighting is dramatic, with strong highlights and deep shadows, creating a sense of depth and scale. The overall atmosphere is one of a busy, functional industrial environment.

PROCOLOMBIA ha identificado oportunidades en diferentes sectores de la industria

23 sectores con oportunidades comerciales en el mercado australiano



Agroindustria

- Cafés especiales
- Productos de confitería
- Derivados del café
- Derivados del cacao
- Flores y follajes
- Frutas y hortalizas procesadas
- Productos de panadería y molinería
- Productos étnicos



Manufacturas

- Artesanías
- Artículos del hogar
- Productos diversos de las industrias químicas
- Artículos promocionales
- Manufacturas de hierro o acero
- Plástico y caucho
- Muebles de oficina
- Muebles de hogar



Prendas de Vestir

- Bisutería
- Jeanswear
- Manufacturas de cuero
- Ropa casual
- Ropa deportiva
- Ropa interior
- Vestidos de baño





Agroindustria



- La industria cafetera genera en Australia 3.604 millones de dólares al año y un crecimiento de 8% entre 2014-2015.
- Los principales países exportadores de café a Australia son: Brasil, Colombia y Vietnam

- El país ha adoptado una mayor cultura cafetera, lo que ha generado un aumento en las ventas de café de alta gama.
- Hay una tendencia hacia el consumo de café Premium, con certificación orgánica, comercio justo y amigable con el medio ambiente.
- El país ha adoptado una mayor cultura cafetera, lo que ha generado un aumento en las ventas de café de alta gama.



Agroindustria

- El consumidor australiano consume en promedio 11 tazas de café a la semana con un promedio de gasto de \$344 USD anuales (sin incluir el consumo doméstico).
- En la actualidad Australia cuenta con cerca de 3.000 cafeterías especializadas de café. El 46% corresponde a cafeterías independientes.
- El segmento de las capsulas de café han experimentado un aumento significativo en el consumo.
- El café instantáneo es otro de los segmentos que ha experimentado un crecimiento importante en el nicho de los consumidores menos involucrados en la cultura del café.
- Los consumidores ocasionales no dependen de tiendas especializadas para conseguir su taza de café, pueden conseguirla en el supermercado, el centro comercial o incluso en un bar.





Agroindustria



- Compradores que les gusta mucho lo orgánico en el mercado por lo general usan 40% de su dinero para alimentos del hogar en productos orgánicos.
- En 2014, el 69% de los compradores de productos alimenticios primarios afirman haber comprado al menos un producto orgánico en los últimos 12 meses.

Productos Orgánicos

- Los productos orgánicos por sus propiedades nutricionales han ganado popularidad entre el público australiano y cuentan cada vez más con una mayor exposición en los puntos de venta.
- Hay una tendencia en crecimiento por parte de los consumidores hacia los productos orgánicos. La mayoría de los compradores normales destina el 5% su dinero para alimentos del hogar en compras de alimentos orgánicos.
- Los productos orgánicos más demandados en Australia son:
 - 58% Frutas y verduras frescas
 - 42% Productos básicos para en el hogar (ingredientes como harina, azúcar, etc)
 - 41% Lácteos
 - 38% Productos enlatados
 - 37% Pan y productos horneados



Productos Étnicos



- La población colombiana en Australia es de alrededor de 20.000 personas de los cuales más de 14.000 son estudiantes.
- Actualmente se exporta al mercado australiano productos como pulpa de fruta (piña, fresa, guayaba, lulo, mango, maracuyá, feijoa y ganabana), masa de arepa de maíz, yuca, semillas de chia, quinua, mazorca, café orgánico instantáneo, chocolate, ajiaco, entre otros.



- En el 2015 Australia importó 50m de USD en flores. Colombia representó el 11,4% con alrededor de 6m de USD con un crecimiento de más del 100% en los últimos 5 años.
- Los principales exportadores de Australia son: Kenia (44%), Malasia (13%), Colombia (11,4%) y Ecuador (8,4%)

- Las rosas representan el 40% del total de las flores cortadas vendidas por los minoristas. El ingreso generado por las rosas para este sector, es alrededor de USD\$281M.
- El precio de un ramo de flores (incluyendo las rosas) está entre 120 y 140 USD.
- Los precios en las boutiques o tiendas especializadas en flores son más costosas que en la de los supermercados.
- Casi el 50% de las flores cortadas son compradas en floristerías locales. El otro 50% son ventas realizadas por supermercados, tiendas de conveniencia o tiendas online.
- Canales de distribución: Boutiques de flores, floristerías, supermercados, minoristas online.
- Auge en el uso de las flores en eventos como matrimonios y reuniones empresariales.



Mercados Mayoristas

- **Flemington (Sydney Flower Market):** es el mercado más grande y más importante de Australia, es el punto principal para el comercio de los floristas Australianos, localizado en Sidney.
- **Footscray:** es un centro importante para el comercio de flores en Australia, ubicado en Melbourne.
- **Rocklea (Christensen's Flower Auction):** encuentra ubicado en Brisbane y es el único mercado de flores que operan como subasta en Australia.

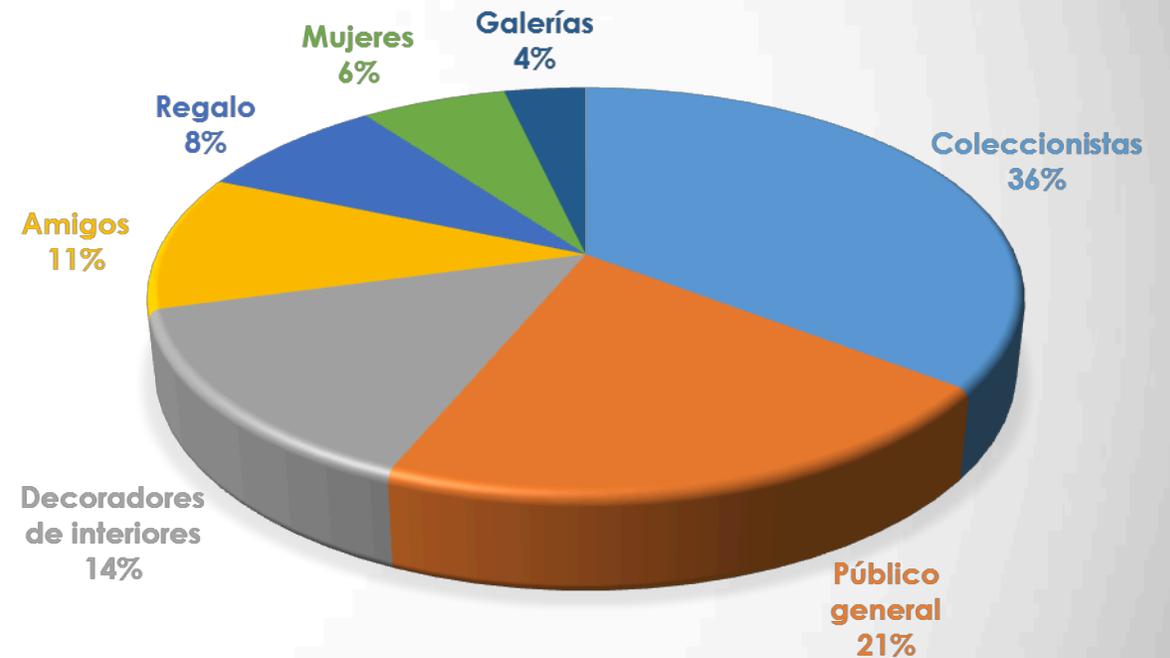




Artesanías

- 180 tiendas minoristas tienen un espacio físico para la venta de artesanías
- Los puntos de venta de artesanía son negocios mixtos, combinación de un punto de venta con una galería, taller o espacio de exhibición
- El 60% de los productos artesanales son vendidos por tiendas minoristas

TENDENCIA DE CONSUMO POR TIPO DE CONSUMIDOR





Manufacturas

Muebles y Enseres



- USD \$25.8 billones es el valor de mercado
- Existen 4.600 tiendas en todo el país
- 40% de las importaciones provienen de China
- 90% del mercado está compuesto por tiendas minoristas

Importa Australia
del mundo USD
\$4.000 MM

Colombia Exportó a
Australia \$771.000
USD

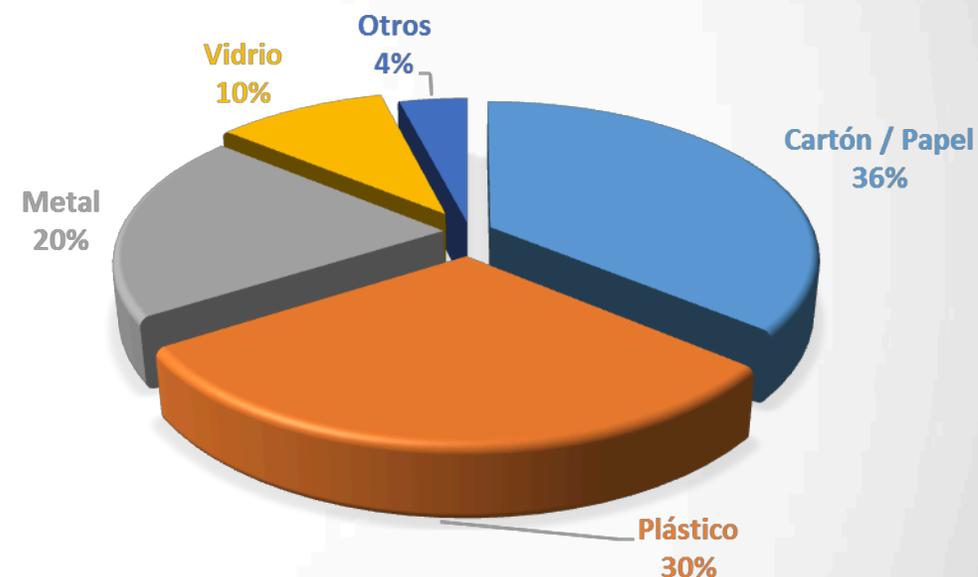




Envases y empaques

- USD \$ 4 billones es el valor de mercado.
- 2.3% crecimiento anual del mercado.
- 830 empresas registradas bajo esta actividad económica.
- 90% del mercado se desempeña en relación B2B.
- 65% de los empaques son reciclados luego de su uso.

CUOTA DE MERCADO POR TIPO DE MATERIAL



Australia importa del mundo \$5.800 MM USD

Exportó Colombia \$421.000 USD a Australia



Químicos

- Plástico y químicos tienen un valor de mercado de \$11.4 billones de dólares.
- Este mercado representa el 10% del valor total de la industria manufacturera en Australia.
- Es la segunda industria más importante de Australia.
- Modelo de mercado B2B mayoritariamente.



Prendas de Vestir



Prendas de Vestir



- En Australia siempre ha predominado el estilo fresco, casual y a la moda.
- En las zonas costeras la ropa fresca y con diseños coloridos predomina.
- Es el país número 24 en importaciones de ropa, textiles y accesorios (TradeMap). En el 2014 importaron un total de USD\$227'544,231.
- La moda sigue las estaciones: verano, en diciembre, se caracteriza por ropa fresca y suelta, mientras que invierno, a mitad de año, es de ropa abrigada y/o de nieve, dependiendo de la zona de Australia.
- El arancel de entrada es del 5%.



Prendas de Vestir

- El consumidor australiano busca productos originales que tengan una buena relación calidad/precio.
- Si bien están dispuestos a pagar más por un producto de calidad, el precio es un tema sensible, pues la demanda se abastece principalmente de países asiáticos que ofrecen bajos costos.
- Los productos preferidos en este mercado son aquellos que tienen diseños distintos a los ofrecidos por las marcas masivas y que sean de excelente calidad.

Vestidos de Baño





Prendas de Vestir

- Para vestidos de baño deportivos, Australia es muy fuerte en marcas de surf (Quiksilver, Roxy, Billabong), buscan muy buena calidad de las telas y diseños innovadores, cada vez más versátiles para practicar deportes acuáticos.
- Las mujeres que buscan productos únicos y detallados prefieren las tiendas boutique. Quienes quieren marcas masivas y diseños básicos se inclinan por tiendas departamentales.
- El consumidor australiano busca productos originales que tengan una buena relación calidad/precio.
- La tendencia cada vez se inclina más a tiendas boutique con productos únicos y detallados.
- Si bien están dispuestos a pagar más por un producto de calidad, el precio es un tema sensible, pues la demanda se abastece principalmente de países asiáticos que ofrecen bajos costos.



Servicios



- Emplea a cada 4/5 aprox. de australianos, 75.3% de fuerza laboral en servicios.
- Del 2014 al 2015 el sector creció un 2.3%
- El outsourcing en Australia ha crecido incluyendo servicios legales, de traducción y escritura de artículos. El gran atractivo para los australianos de usar este tipo de negocios no es solo la reducción de costos sino el apalancar nuevos talentos de todo el mundo. Se quiere mantener la eficiencia operacional mejorando la calidad.
- Razones por las que Australia terceriza:
 - Flexibilidad
 - Bajo coste de entrada
 - Acceso a tecnología
 - Acercamiento a los clientes y oportunidades de mercado



Condiciones de acceso al mercado australiano

Aranceles e impuestos

- Australia otorga acceso preferencial a los países en desarrollo y los PMA (Países Menos Adelantados).
- Colombia cuenta con una preferencia arancelaria unilateral al ser incluido en el grupo de países clasificados como en desarrollo (DCS -Developing Countries). La regulación aplicable a estos Estados se encuentra en la Ley de Aranceles de 1995.
- Los productos a los que se les aplica una tarifa preferencial deben adjuntar el certificado de origen al formulario de legalización de la mercancía que se presenta a la Aduana Australiana.
- Otros impuestos aplicables son el Impuesto al valor agregado (GST), el cual es pagado por los importadores (impuesto indirecto) y equivale al 10% del valor total de la mercancía. Se excluyen del GST los alimentos. Se recomienda revisar cada producto individualmente

Cálculo de tasas e impuestos indirectos

Bienes importados sin incluir vinos	
Valor de aduana	\$2.000.00
Derechos de aduana = 5% x \$2.000	\$100.00
T&I	\$150.00
No WET	\$0.00
VoTI	\$2.250.00
GST = 10 %of VoTI	\$225.00
Total a pagar	\$325.00

Fuente: Guía documental de declaración de importaciones 2015. Aduana australiana.
Cifras en dólares australianos (AU\$).

Normativa

El Servicio de Aduanas Australiana (Australian Customs Services)⁶ regula todas las importaciones en los siguientes temas:

1

Permiso de Importación. Dependiendo del tipo de bien, los importadores podrían necesitar permisos de entrada para sus productos o licencia de importación

2

Restricciones que puedan afectar la importación:

- a.Requerimientos especiales de etiquetado
- b.Requerimientos sanitarios
- c.Cuotas
- d.Fumigaciones
- e.Aplicaciones de arancel o impuestos aduaneros
- f.Asignación de glosas arancelarias
- g.Aplicaciones de otros impuestos o concesiones arancelarias
- h.Protección a la propiedad intelectual

CERTIFICACIONES

El importador debe cumplir con una serie de requerimientos para ingresar productos a Australia:

1

Permiso de Importación, es un documento electrónico utilizado para determinados productos y orígenes.

Quarantine Entry (QE), documento electrónico creado para registrar información relacionada con la nacionalización y movimiento de bienes que están bajo la regulación del Servicio de Cuarentena e Inspección de Australia (AQIS).

2

3

Certificados de tratamientos de productos, como por ejemplo fumigaciones, procesos de congelado y empaquetamientos.

Inspecciones Aduaneras, tienen lugar para determinados productos que requieren un control en el puerto de llegada.

4

ETIQUETADO

La agencia ante la cual se deben tramitar los permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas es el Departamento de Agricultura,

Pesca y Forestal del Servicio de Inspección y Cuarentena de Australia (Australian Quarantine and Inspection Service, AQIS).

Los requisitos de ingreso de cada producto pueden variar cada año y se pueden encontrar en la página web de AQIS en el siguiente link: <http://www.aqis.gov.au>



TRÁMITES ADUANEROS



Todos los bienes que ingresan a Australia tienen que ser nacionalizados por la aduana australiana (Australian Customs and Border Protection Service).

La aduana australiana provee toda la información necesaria relacionada con aranceles y trámites de importación, tales como requerimientos, bienes prohibidos y permisos de importación.

LEGISLACIÓN EN BIOSEGURIDAD

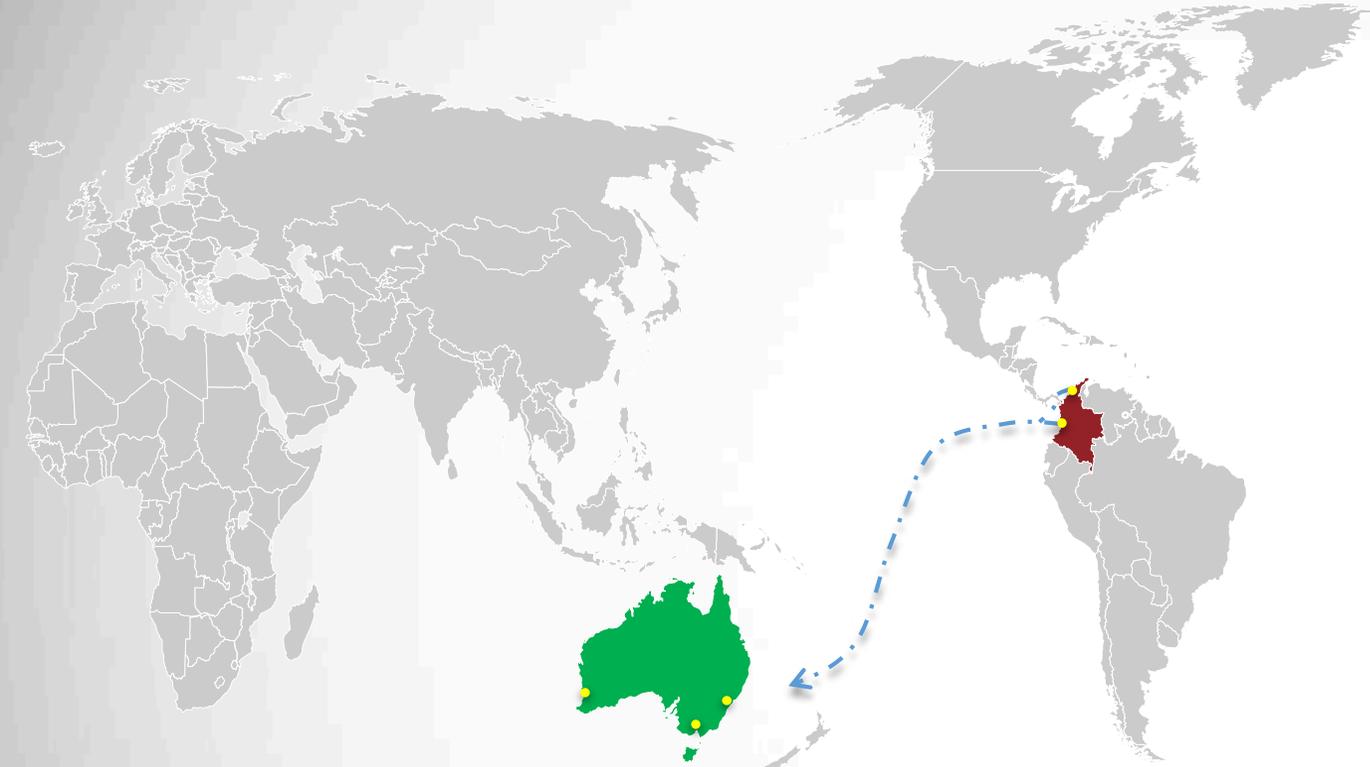
El Departamento de Agricultura es el ente responsable de los controles de cuarentena y de alimentos en Australia. Las importaciones de alimentos crudos y procesados deben cumplir con las regulaciones establecidas por la Ley de Cuarentena de 1908 y la Ley de Control de Alimentos Importados de 1992. El primer cuerpo normativo vigente desde agosto 24 de 2015 y el segundo a 23 de junio de 2014.

Todos los alimentos importados están sujetos a inspecciones de cuarentena y de control de alimentos. Los controles aplicables están recogidos en la Regulación de Control de Alimentos Importados de 1993 vigente al 25 de agosto de 2015.



Logística de exportación a Australia

Conectividad logística



Conectividad marítima*

Puerto de Desembarque	Puerto de Embarque	Conexiones	Tiempo de Tránsito (Días)
Fremantle	Cartagena	Sídney - Australia	34
	Santa Marta	Cartagena - Colombia, Melbourne - Australia	45
	Barranquilla	Cartagena - Colombia, Melbourne - Australia	43
	Buenaventura	Balboa - Panamá, Melbourne - Australia	44
Melbourne	Cartagena	Directo	25
	Santa Marta	Manzanillo - Panamá, Balboa - Panamá	30
	Barranquilla	Manzanillo - Panamá, Balboa - Panamá	30
	Buenaventura	Balboa - Panamá	26
Sídney	Cartagena	Directo	22
	Santa Marta	Manzanillo - Panamá, Balboa - Panamá	27
	Barranquilla	Manzanillo - Panamá, Balboa - Panamá	27
	Buenaventura	Balboa - Panamá	23

Principales líneas navieras y consolidadores



Conectividad logística

Conectividad aérea*

Aerolíneas	Conexiones	Frecuencia	Clase
 American Airlines	Dallas – Estados Unidos	Todos los días	Pasajeros
 aerolos	Miami – Estados Unidos	Lunes a sábado	Carga
 DELTA	Los Ángeles – Estados Unidos	Lunes, Miércoles, Viernes y Domingos	Pasajeros
 FedEx	Memphis – Estados Unidos	Todos los días	Carga
 LAN	Santiago de Chile - Chile	Todos los días	Pasajeros
 Martinair	Londres- Reino Unido	Martes, Jueves y Domingos	Carga
 Avianca	Los Ángeles – Estados Unidos	Lunes, Miércoles, Viernes y Domingos	Pasajeros
 UNITED	San Francisco – Estados Unidos	Todos los días	Pasajeros

Cultura de Negocios

- Para los Australianos es muy importante la puntualidad.
- Son personas poco ceremoniosas.
- Son amistosos.
- No les gusta presumir de sus logros y por esta razón tampoco les gustan las personas arrogantes o presumidas.
- Estiman la modestia, la lealtad, la honestidad y la profesionalidad.
- Valoran el trabajo bien hecho, cosa que consideran más una obligación que un mérito, razón por la cual no debe esperarse felicitaciones por un trabajo por magnífico que sea.
- Son muy ágiles y prácticos, no les gusta perder el tiempo.
- Son muy igualitarios y no les gusta que haya diferencia en el trato por razón del cargo. Evitar tratos preferentes.
- Aprecian el enfoque realista de las propuestas.



Cultura de Negocios

- Suele usarse el nombre de pila en el saludo inicial anteponiendo Mr. o Ms.
- El apretón de manos debe ser firme y breve acompañado de una sonrisa o un gesto que denote cordialidad.
- Intercambian tarjetas de visita: Estas deben estar por una de sus caras en inglés. La tarjeta se entregará por el lado que contenga la información en el idioma de los anfitriones.
- Evitar dar regalos o detalles en primeras reuniones. En el evento de que se quiera dar algún detalle se aconseja llevar algo típico del país.
- Valoran el gesto antes que el valor real del regalo
- Las reuniones deben fijarse con suficiente anterioridad. Se debe enviar el perfil de la compañía y la persona con la que se reunirán.
- En las primeras reuniones es recomendable concentrarse en los negocios, a medida que la relación avanza es posible ir más allá de los temas profesionales.
- Temas para romper el hielo: Deportes y clima.
- El vestuario debe ser discreto y elegante, más bien sobrio en la primera reunión. Los hombres se visten con trajes clásicos y de tonos oscuros.



Recomendaciones

- Las mercancías de muestra o por debajo del valor comercial de \$AUD1000 están eximidas del pago de tarifas e impuestos indirectos.
- Se recomienda el uso de sociedades de intermediación aduanera para preparar el formulario de legalización de la mercancía y otros documentos relevantes. Estas sociedades generalmente trabajan con las empresas de transporte logístico o con las compañías encargadas de consolidar mercancía.
- Cuidado con aspectos de bioseguridad: el transporte del producto hacia Australia debe realizarse en contenedores y palés limpios para que los costos relacionados a inspecciones sean mínimos.
- Consultar con empresas de logística costos de fletes y otros servicios vinculados al transporte de la mercancía.
- En el sector de agroalimentarios es preciso entrar con productos de calidad y con imagen diferenciada. Los productos orgánicos y los segmentos gourmet tienen posibilidades.
- Aunque los importadores australianos preferirían recibir cotizaciones en dólares australianos, aceptan las cotizaciones en dólares americanos.
- Las negociaciones se realizan en inglés.
- En las propuestas hay que resaltar la capacidad para suministrar de forma estable y puntual los pedidos que se realicen. Debido a la lejanía del país, tienen muy en cuenta el cumplimiento de los plazos de entrega a la hora de seleccionar a sus proveedores.

Para mayor información



Juan Sebastian Bargans B

Executive Director – South East Asia and Oceania

+62 (21) 57903560 / +62 (21) 57903461

jbargans@procolombia.co

Embassy Of The Republic Of Colombia

Sentral Plaza Building, 12th Floor

JL. Jend Sudirman Kav 47 Jakarta - Indonesia

PROCOLOMBIA.CO

Maria Carolina Mesa Salinas

Embajada de Colombia en Australia

Embassy of Colombia to Australia

carolina.mesa@cancilleria.gov.co

+61 (2) 6273 2090 Opción: 3

57(1) 3814000, Ext: 4178

Level 2, 40 Macquarie St

Barton ACT 2600 - Australia

MERCI THANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO
DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TERIMA KASIH
MERCI THANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO
DANKE 감사합니다
MERCI THANK YOU
ありがとう MERCI
DANKE 감사합니다
MERCI THANK YOU
L GRACIAS R
DANKE СПАСИБО
谢谢 TEŞEKKÜRLER
MERCI OBRIGADO
DANKE СПАСИБО
谢谢 TEŞEKKÜRLER
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO
DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TERIMA KASIH
MERCI THANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO
DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TERIMA KASIH



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN