



KOLOMBİYA



**GIDA SEKTÖRÜ
PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU**

Tarih : **05/06/2026**

Raporu Hazırlayan: **Bogota Ticaret Müşavirliği**

1. Kolombiya'da Gıda Sektörü

1.1. Gıda Sektöründe Üretim

Kolombiya, Latin Amerika gıda sektöründe en büyük 5. pazar (Yaklaşık 13,7 Milyar Dolar) olarak güçlü bir konuma sahiptir. Kolombiya hem zengin tarımsal biyoçeşitliliği hem de hızla gelişen gıda işleme sanayisi sayesinde bölgenin en stratejik aktörlerinden biri konumuna gelmektedir.

Kolombiya'nın işlenmiş gıda sektörü, işlenmiş et ve deniz ürünleri, fırıncılık ve değirmen ürünleri, süt ürünleri ve türevleri, şeker ve panela, işlenmiş meyveler, yağlar ve katı yağlar, kakao ve şekerlemeler dahil olmak üzere geniş bir ürün yelpazesini kapsamaktadır.

Ülkenin gıda işleme pazarı yaklaşık 30 milyar dolar değerindedir. İşlenmiş gıda sektörü, Kolombiya imalat sanayisinin yaklaşık %29'unu oluşturmaktadır. Kolombiya'daki hane halkı harcamalarının en büyük payını (%38) gıda oluşturmaktadır. Bu durum, iç pazarı yerli ve yabancı yatırımcılar için oldukça cazip kılmaktadır.

Kolombiya işlenmiş gıda ihracatı 2019 ile 2024 yılları arasında yıllık bileşik büyüme oranı %10,1 artarak 1,265 milyar ABD dolarından 1,994 milyar ABD dolarına yükselmiştir. Sektörün ivmesini koruyacağı ve 2024 ile 2029 yılları arasında yıllık satış büyümesinin %6 olacağı tahmin edilmektedir.

Kolombiya sadece ham madde değil, katma değerli işlenmiş gıda da ihraç etmeye başlamıştır. Dünya ve Latin Amerika genelinde bazı ürünlerde lider konumdadır:

Kahve ve Muz: Dünyanın en prestijli hafif Arabica kahve üreticilerinden biridir. Aynı zamanda Latin Amerika'nın en büyük muz ihracatçıları arasında yer alır.

Egzotik Meyveler: Dünyada meyve ihracatında 6. sırada yer alan Kolombiya; özellikle Hass avokadosu, Tahiti limonu, gulupa ve uchuva (altın çilek) gibi niş ürünler ihraç etmektedir.

İşlenmiş Gıda: Kakao, çikolatalı mamuller, şekerlemeler ve palm yağı gibi işlenmiş gıda ihracatı yıllık ortalama %10'un üzerinde büyüme göstermektedir.

1.2. Ortalama Üretici Fiyatları

Kolombiya işlenmiş gıda sektörü ortalama üretici fiyatları, ham madde girdilerindeki sanayi enflasyonu ve döviz kuru dalgalanmaları nedeniyle yıllara göre yukarı yönlü katı bir seyir izlemekte olup küresel emtia fiyatlarındaki ani düşüslere dünya piyasalarından daha geç ve daha sınırlı tepki vermektedir.

İşlenmiş gıda sanayisindeki (imalat sektörü gıda ürünleri) üretici fiyatlarının tarihsel gelişimi çok dalgalı bir seyir izlemektedir. Kolombiya Ulusal İstatistik Departmanı (DANE) verilerine göre, imalat sanayisi altındaki "gıda ürünlerinin işlenmesi ve imalatı" kategorisinde üretici fiyat endeksleri (IPP) yıllara göre şu şekilde bir seyir izlemiştir;

2021 - 2022 (Tedarik Şoku ve Zirve): Küresel enerji krizi, ambalaj maliyetlerindeki artış ve ithal ham maddelerin (buğday, mısır, bitkisel yağlar) fiyatlarının yükselmesi ile işlenmiş gıda üretici fiyatları yıllık %25'in üzerinde artış kaydederek zirve yapmıştır.

2023 - 2024 (Maliyet Katılığı ve Yapısal Enflasyon): Tarım gibi birincil sektörlerde fiyatlar gerilerken, işlenmiş gıda sanayisinde işçilik maliyetleri, asgari ücret artışları ve enerji/akaryakıt zamları nedeniyle fiyatlar yüksek kalmaya devam etmiştir. 2024 sonu itibarıyla imalat kaynaklı IPP %7,33 seviyelerindeki seyrini korumuştur.

2025 (Fiyatlarda Gevşeme): Kolombiya genelinde üretici maliyetlerinde yaşanan-%2,63'lük genel yıllık düşüş (deflasyonist düzeltme), işlenmiş gıda fiyatlarındaki artış hızını da yavaşlatmış ve fabrikaların ham madde maliyetlerini büyük ölçüde rahatlatmıştır.

2026 (Mevcut Durum): Nisan 2026 itibarıyla Kolombiya'da imalat sanayisi üretici fiyatları aylık bazda %0,53 ile pozitif bölgede kalan tek ana sektör olmuştur. Birincil tarım fiyatları (hasat bolluğu ile) gerilerken, işlenmiş gıda üretici fiyatları paketleme, lojistik ve endüstriyel işletme maliyetleri nedeniyle düşüşe direnç göstermekte ve yıllık bazda dengeli bir yükseliş trendi izlemektedir.

Kolombiya üretici fiyat endeksleri ile küresel piyasa endekslerinin (FAO endeksleri) karşılaştırılmasında da önemli farklılaşma göze çarpmaktadır. Kolombiya iç piyasasındaki işlenmiş gıda üretici fiyatları, Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü'nün (FAO) küresel endekslerine kıyasla daha "katı" (aşağı yönlü harekete dirençli) bir yapıya sahiptir. Farklılaşmadaki ana etkenler şu şekilde sıralanabilir;

Zaman Gecikmesi (Ayrışma): Dünya genelinde işlenmiş gıda ham maddelerinin (örneğin şeker, bitkisel yağ, un) borsa fiyatları düştüğünde, bu düşüş Kolombiya'daki fabrikaların üretici fiyatlarına anında yansımamaktadır. Fabrikaların uzun vadeli ham madde tedarik sözleşmeleri ve yüksek iç lojistik maliyetleri nedeniyle dünya fiyatlarındaki düşüş, Kolombiya üretici fiyatlarına 3 ila 6 ay gecikmeli ve daha sınırlı yansımaktadır.

Döviz Kuru (COP/USD) ve İthal Girdi Bağımlılığı: Kolombiya gıda işleme sanayisi, bisküvi, makarna, hazır gıdalar ve hayvan yemi üretimi için buğday ve mısır gibi ham maddelerde yüksek oranda dışa bağımlıdır. Dünya piyasalarında dolar bazlı fiyatlar gerilese dahi, Kolombiya Pesosu (COP) zayıf seyrettiğinde, yerli sanayicinin ithalat maliyeti düşmemekte, bu da Kolombiya işlenmiş gıda fiyatlarının dünya fiyat trendlerinden yukarı yönlü ayrışmasına neden olmaktadır.

Sanayi Girdileri ve Vergi Yapısı: Dünya fiyat endeksleri sadece gıdanın kendisini ölçerken; Kolombiya'daki işlenmiş gıda üreticileri plastik/cam ambalaj, endüstriyel elektrik, lojistik ve ultra işlenmiş gıdalara getirilen yerel "sağlık/sağlıklı beslenme" vergilerinden doğrudan etkilenmektedir. Bu yerel düzenlemeler, Kolombiya işlenmiş gıda üretici fiyatlarının dünya ortalamasının üzerinde kalmasına yol açan en büyük yapısal farktır.

1.3. İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

Kolombiya gıda ve içecek sektörü hem güçlü yerel holdinglerin hem de tarımsal üretim zincirini ve fiyat politikalarını yöneten köklü üretici birliklerinin (*gremio*) egemen olduğu dinamik bir yapıya sahiptir. Ülkedeki işlenmiş gıda sanayisi ve birincil tarım üretimi, bu aktörlerin piyasa gücü ve lobi faaliyetleri doğrultusunda şekillenmektedir.

Kolombiya gıda sektörünün en önemli yerli firmaları ve üretici birlikleri şu şekildedir:

Önde Gelen Yerli Gıda Firmaları (Sanayiciler)

Kolombiya'da işlenmiş gıda pazarı, yüksek marka sadakati ve geniş lojistik ağlara sahip dev yerli şirketlerin kontrolündedir:

Grupo Nutresa: Kolombiya gıda sektörünün en büyük lideridir. Et (Zenú), bisküvi (Noel), çikolata, kahve (Sello Rojo), dondurma ve makarna gibi 8 farklı iş kolunda devasa bir portföye sahiptir. Ülke içindeki pazar payının yanı sıra Latin Amerika genelinde de çok güçlü bir ihracat ağı bulunmaktadır.

Alpina: Süt ve süt ürünleri (yoğurt, peynir, tatlı) kategorisinde ülkenin en prestijli ve en büyük üreticilerindendir. İnovatif ürün geliştirme kapasitesi ve yüksek marka itibarı ile bilinir.

Colanta: Üreticilerin ortaklığıyla kurulan dev bir kooperatif olup, Kolombiya genelinde en çok tercih edilen ve satın alınan gıda markalarının başında gelir. Süt, peynir ve et ürünlerinde pazarın ana belirleyicilerindendir.

Colombina: Özellikle şekerleme, çikolata, bisküvi, sos ve hazır gıda ürünlerinde uzmanlaşmış, Kolombiya'nın en köklü ve en çok ihracat yapan gıda şirketlerinden biridir.

Alquería: Süt toplama ve işleme hatlarında yüksek teknoloji kullanan, ülkenin en büyük uzun ömürlü (UHT) süt üreticilerindendir.

Productos Ramo: Kolombiya'nın geleneksel ve kültürel bir simgesi haline gelmiş "Chocoramo" başta olmak üzere, unlu mamuller ve kek endüstrisinin yerel devidir.

Bu firmaların yanısıra, *Super de Alimentos, Nestlé de Colombia, Pepsico Colombia, Harinera del Valle, Ingredion, Alimentos Polar, Alianza Team, Levapan Bimbo de Colombia* vb. firmalar da gıda sektöründe pay sahibi önemli üreticilerdir.

Kolombiya'da üretici birlikleri, sadece dayanışma örgütleri değil; devletin tarım politikalarında, asgari taban fiyat belirlenmesinde ve gümrük vergisi (korumacılık) kararlarında doğrudan söz sahibi olan çok güçlü lobilerdir.

ANDI (Asociación Nacional de Empresarios de Colombia): Kolombiya Sanayiciler Birliği bünyesinde yer alan Gıda Odası (Cámara de la Industria de Alimentos), işlenmiş gıda

üreten fabrikaların tamamını temsil eder. Sektörel mevzuatlar ve "sağlıklı beslenme/ultra işlenmiş gıda" vergilerine karşı sanayicinin haklarını savunmak için lobi faaliyetleri yürütmektedir.

FEDEGAN (Federación Colombiana de Ganaderos): Kolombiya Büyükbaş Hayvan Yetiştiricileri Federasyonu'dur. Sığır eti ve çiğ süt üreticilerinin çatı örgütüdür. Ülkedeki süt taban fiyatlarının belirlenmesi ve et ihracatı izinlerinde (şap hastalığı vb. süreç yönetimi) devletle doğrudan pazarlık masasına oturmaktadır.

FENAVI (Federación Nacional de Avicultores de Colombia): Ulusal Tavukçuluk Federasyonu'dur. Beyaz et (tavuk) ve yumurta üreticilerini temsil eder. Kolombiya'da halkın en ucuz protein kaynağı olan tavuk sektöründe yem maliyetleri ve ithalat kotalarını yönetir.

FEDEARROZ (Federación Nacional de Arroz): Ulusal Pirinç Üreticileri Federasyonu'dur. Ülkenin temel gıda maddesi olan pirincin çiftlik çıkış fiyatlarını, ekim alanlarını ve ithal pirince karşı yerli üreticiyi koruma politikalarını yürütmektedir.

ASOCAÑA (Asociación de Cultivadores de Caña de Azúcar de Colombia): Kolombiya Şeker Kamışı Üreticileri Birliği'dir. Özellikle Valle del Cauca bölgesindeki şeker fabrikalarını ve tarım alanlarını temsil eder; şeker ve biyoetanol fiyatlarında küresel borsalarla entegrasyonu sağlar.

2. Gıda Sektöründe Dış Ticaret

Çalışma kapsamında iki ülke gıda sektörü dış ticaret istatistikleri 1-24 arası fasıllar esas alınarak hazırlanmıştır. İstatistikler için Sicex veritabanı ve Ticaret Bakanlığı İBS verileri kullanılmıştır.

Gıda İhracatında Öne Çıkan Ürünler

Kahve: Ülkenin geleneksel ve en güçlü ihraç kalemidir. Özellikle kaliteli "Arabica" kahve çekirdekleri ile dünya pazarında liderler arasındadır.

Palm Yağı (Palmiye Yağı): Son yıllarda üretim hacmi ve ihracat gelirleri en agresif büyüyen gıda ürünü haline gelmiştir.

Muz ve Egzotik Meyveler: Muz ihracatında küresel devlerden biri olan ülke, aynı zamanda avokado (Hass varyetesi), gulupa, çarkıfelek (marakuya) ve mango gibi tropikal meyveleri de yoğun şekilde ihraç etmektedir.

Şeker ve Kakao: Rafine şeker üretiminin yanı sıra, premium ve organik çikolata üretimine uygun kaliteli kakao çekirdekleri ihracatı da yükseliştir.

Gıda İthalatında Öne Çıkan Ürünler

Kolombiya iç tüketimini karşılamak ve yerel gıda sanayisinde ham madde olarak kullanmak üzere başlıca şu ürünleri ithal etmektedir:

Hububat ve Tahıllar: Ülke, yerel üretimin yetersiz kalması sebebiyle mısır, buğday ve soya gibi temel tahıl ürünlerinde dışa bağımlıdır.

İşlenmiş Gıda Müstahzarları: Soslar, bisküviler, hazır gıda formülleri ve maya benzeri endüstriyel gıda bileşenleri ithal edilmektedir.

Süt Ürünleri: Belirli dönemlerde süt tozu ve peynir gibi işlenmiş süt türevleri ithalat listelerinde üst sıralarda yer alır.

Başlıca Ticaret Ortakları

Amerika Birleşik Devletleri (ABD): Kolombiya'nın gıda ihracatında %38'i aşan payı ile açık ara en büyük pazarıdır. Serbest Ticaret Anlaşması (STA) avantajı nedeniyle ithalatta da ilk sıradadır.

Avrupa Birliği (AB): Özellikle kahve, muz ve organik meyveler için kritik bir alıcıdır.

Bölge Ülkeleri: Brezilya, Meksika, Panama, Ekvator ve Peru ile hem ithalat hem ihracat dengesinde yoğun bir gıda trafiği mevcuttur.

2.1. Gıda Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2025 yılı)

	Ülke Adı	İthalat Değeri (\$)	Pay
1	ABD	4.442.457.417	46,43%
2	Brezilya	625.731.912	6,54%
3	Kanada	504.421.210	5,27%
4	Ekvator	493.904.184	5,16%
5	Şili	475.670.415	4,97%
6	Meksika	397.345.934	4,15%
7	Peru	384.920.574	4,02%
8	Bolivya	369.664.388	3,86%
9	Arjantin	318.030.370	3,32%
10	Çin	193.176.609	2,02%
	Türkiye*	16.136.566	0,002%
	Diğer Ülkeler	1.363.077.888	14,25%
	Toplam	9.568.400.901	

*Türkiye'den gerçekleştirilen gıda ürünleri ithalatının %95'ini 17,18 ve 19. fasıllar altında beyan edilen şekerleme, bisküvi ve çikolatalı ürünler oluşturmaktadır.

2.2. Gıda Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2025 yılı)

	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$)	Pay (%)
1	ABD	5.914.212.824	38,76
2	Belçika	791.032.311	5,18
3	Hollanda	744.359.945	4,88
4	Almanya	690.823.418	4,53

5	Kanada	620.447.412	4,07
6	İngiltere	468.957.540	3,07
7	İspanya	447.979.394	2,94
8	Japonya	395.248.342	2,59
9	Meksika	353.428.411	2,32
10	Ekvator	332.830.845	2,18
	Türkiye	45.380.918	0,003
	Diğer Ülkeler	4.497.418.008	29,48
	Toplam	15.302.119.372	

2.3. Gıda Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler – (2025)

Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	İhracat Değeri (\$)	Pay (%)
100590	Mısır	1.496.368.917,63	15,64
230400	Soya yağı küspesi ve diğer katı artıkları	674.438.397,91	7,05
100199	Diğer buğday	466.240.754,72	4,87
150710	Ham soya yağı	367.126.115,46	3,84
090111	Kavrulmamış kahve	324.425.678,22	3,39
220720	Etil alkol, etanol	253.717.820,61	2,65
120190	Soya fasulyesi	242.431.892,95	2,53
020319	Dondurulmuş kemiksiz et	210.243.133,32	2,20
020329	Dondurulmuş diğer kemiksiz etler	172.493.308,69	1,80
080810	Taze elma	134.987.127,10	1,41
	Diğerleri	5.225.927.754,60	54,62
	Toplam	9.568.400.901,21	

Türkiye'den yukardaki GTP'lerden beyan edilen herhangi bir ithalat bulunmamaktadır. Türkiye'den gerçekleştirilen gıda ürünleri ithalatının %95'ini 17,18 ve 19. fasılları altında beyan edilen şekerleme, bisküvi ve çikolatalı ürünler oluşturmaktadır.

2.4. Gıda Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler – (2025)

Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	İhracat Değeri (\$)	Pay (%)	Türkiye'ye İhracat (\$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
090111	Kavrulmamış kahve	5.783.218.998	37,91	35.709.888	0,62
080390	Cavendish muz	1.336.989.054	8,76	55.242	0,00
060319	Diğer taze çiçekler	1.157.628.170	7,59	1.772	0,00
151110	Ham palm yağı	685.006.932	4,49		0,00
060311	Taze güller	429.508.865	2,82	68.101	0,02

080440	Hass türü avokado	375.286.426	2,46		0,00
170199	Şeker kamışından diğer şekerler	301.432.838	1,98		0,00
210119	Diğer kahve ve çay konsantreleri	269.979.719	1,77		0,00
060312	Diğer taze karanfiller	238.240.799	1,56	134.215	0,06
210111	Kahve ve çay konsantreleri-toz halinde	233.984.904	1,53	37.998	0,02
	Diğerleri	4.445.461.748	29,14	9.373.702	0,21
	Toplam	15.256.738.453		45.380.918	0,30

3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

Kolombiya'ya olan gıda ihracatımız, toplam ikili ticaret hacmine kıyasla mütevazı bir seviyede olsa da son yıllarda istikrarlı bir büyüme trendi yakalamıştır. Demir-çelik ve sanayi ürünlerinin ağırlıklı olduğu ihracat sepetimizde, işlenmiş gıda ürünleri dikkat çekici bir yükseliş grafiği çizmektedir. Ülkemizin Kolombiya gıda pazarında en rekabetçi olduğu alan unlu ve şekerli mamuller sektörüdür.

Gıda ihracatımızın açık ara en güçlü kalemi olan tatlı bisküviler, gofretler ve pastacılık ürünleri grubunda Kolombiya pazarında yıllık yaklaşık 10 milyon dolarlık bir ihracat hacmine ulaşılmıştır. Türk bisküvi ve gofret markaları, yerel zincir marketlerin raflarında kendilerine yer bulmaktadır. Kolombiya'da Akdeniz tipi beslenme bilincinin artmasıyla birlikte Türk zeytinyağı ihracatında kayda değer bir hareketlilik yaşanmaktadır. Jöleli şekerler, sert şekerlemeler ve kakao bazlı işlenmiş ürünler düzenli ihraç edilen diğer ürün gruplarıdır. Kuru meyve sektöründe ise, Türk fıncığı, kuru kayısı ve kuru incir, Kolombiya'daki endüstriyel gıda üreticileri (özellikle çikolata ve pastacılık sektörü) tarafından ham madde olarak ithal edilmeye başlanmıştır.

Son bir husus olarak belirtmek gerekir ki, Kolombiya ile ikili dış ticaret rakamlarımız incelenirken Kolombiya ve Türkiye istatistikleri ihracat ve ithalat tarihlerindeki farklılaşma, ihracat verilerinin ithalat verileri kadar dikkatli kaydedilmemesi vb. nedenlerle farklılaşabilmektedir. Örneğin TÜİK verilerine göre Kolombiya'ya 2025 yılında 20 milyon \$ civarında un, makarna ve çorba ihracatı gerçekleştirilmiş görülmekle birlikte bu veriler Kolombiya DIAN verilerinde görünmemektedir.

3.1. Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (\$)

	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	190532	Waffle ve gofretler	7.201.996	6.448.219	4.720.713	5.027.057	6.880.889
2	190531	Tatlı bisküviler	2.805.938	2.852.354	3.007.341	4.569.241	5.935.735
3	180690	Kakao ve çikolata içeren diğer gıda müstahzarları (ambalajda <= 2 kg)	1.152.741	2.055.217	818.391	2.120.017	2.999.231
4	180632	Kalıp, dilim veya çubuk halinde çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları; doldurulmamış	694.808	779.552	577.700	914.397	1.282.829
5	180631	Kalıp, dilim veya çubuk halinde çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları; doldurulmuş	965.869	586.222	131.359	176.522	833.059
6	170490	Kakao içermeyen diğer şeker mamulleri	1.202.752	1.411.493	901.688	578.697	812.538
7	190590	Diğer ekmekçilik mamulleri, hosti, eczacılıkta kullanılan boş ilaç kapsülleri	1.037.323	709.859	350.842	488.074	681.756
8	210690	Tarifenin başka yerinde belirtilmeyen veya yer almayan diğer gıda müstahzarları	31.061	33.474	41.863	47.183	600.861
9	071190	Diğer sebzeler ve sebze karışımları	9.671	39.611	148.754	201.674	230.419
10	210410	Çorbalar, et suları ve müstahzarları	63	173.437		351.244	108.116
İlk 10 Toplam			15.104.243	15.091.460	10.700.674	14.476.130	20.367.458
Genel Toplam			19.689.590	19.429.239	16.511.290	20.883.426	30.603.637

3.2. Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Miktar/Kg)

	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	190532	Waffle ve gofretler	3.544.918	2.448.902	1.247.874	1.352.793	1.869.466
2	190531	Tatlı bisküviler	735.082	634.434	541.711	808.758	1.078.444
3	180690	Kakao ve çikolata içeren diğer gıda müstahzarları (ambalajda <= 2 kg)	446.037	727.448	375.941	541.362	818.460
4	180632	Kalıp, dilim veya çubuk halinde çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları; doldurulmamış	227.161	223.587	156.266	234.964	337.186
5	170490	Kakao içermeyen diğer şeker mamulleri	538.052	596.356	379.573	240.963	333.561
6	190590	Diğer ekmekçilik mamulleri, hosti, eczacılıkta kullanılan boş ilaç kapsülleri, mühür güllacı, pirinç	484.443	227.255	110.206	132.225	185.024
7	210690	Tarifenin başka yerinde belirtilmeyen veya yer almayan diğer gıda müstahzarları	28.143	17.304	4.248	26.356	155.866
8	180631	Kalıp, dilim veya çubuk halinde çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları; doldurulmuş, <= 2	606.807	269.520	48.520	70.497	147.336
9	071190	Diğer sebzeler ve sebze karışımları (geçici olarak konserve edilmiş fakat bu halleriyle yenilmeye el	15.200	30.400	92.800	113.600	123.200
10	170230	Glikoz ve glikoz şurubu; fruktoz içermeyenler veya kuru halde ağırlık itibariyle fruktoz oranı < % 2	3.585	1.101.600	325	74.100	104.400
İlk 10 Toplam			6.629.428	6.276.806	2.957.464	3.595.618	5.152.943
Genel Toplam			7.012.214	6.614.868	3.302.632	3.837.922	5.280.819

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1. Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Nüfus ve ekonomik faaliyetlerin yoğunlaştığı; Bogota, Medellin, Barranquilla, Cartagena ve Cali şehirleri başlıca hedef pazarlardır. Bu şehirler, Kolombiya ulusal ekonomisinin (GSYİH) yaklaşık %40'ını, nüfusunun ise %37'sini temsil etmektedir.

4.2. Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Euromonitor'a göre, Kolombiya'nın perakende gıda satışları 2024 yılında %12 artmıştır. Bu artış büyük ölçüde indirim marketlerinin sektörde ağırlığının artması ile gerçekleşmiştir. Perakende pazarına bakkallar (%47) ve indirimli marketler (%18) hakimdir. Perakende pazarının dağınık bir yapıda olması pazara giriş faaliyetleri için zorluk çıkarabilmektedir.

Kolombiya birçok gıda bileşeninin net ithalatçısıdır. Kolombiya Ulusal İşletmeler Birliği'ne (ANDI) göre, Kolombiya'nın gıda sanayisi 45.000 kayıtlı şirketten oluşmaktadır ve bunların yaklaşık %98'i küçük ve orta ölçekli işletmelerdir. Gıda sanayisi yerel pazara odaklanmasına rağmen, 140 ülkeye ihracat yapabilmektedir. Gıda işleme, Kolombiya'nın toplam imalatının %29'unu temsil etmektedir.

Gıda Sektörü kanallara göre sektörü incelendiğinde; 2024 yılında perakende gıda sektörü 54 milyar dolar, gıda hizmetleri (HRI) 17 milyar dolar, gıda işleme 13 milyar dolar, gıda ve tarım ihracatı 12 milyar dolar gibi yüksek hacimlere sahiptir.

En Büyük 10 Perakende Zinciri: *Grupo Exito, Colombiana de Comercio (Alkosto), Koba Colombia (DI), Jeronimo Martins Colombia (Ara), Cencosud Colombia, Supertiendas y Droguerías Olímpica, PriceSmart, Supertiendas Cañaveral, Makro Supermercados, Mercacentro.*

Yetersiz altyapı - çeşitli perakende pazarı - Birkaç büyük şehir merkezi - Dört liman

4.2.1. İlgili Oda/Birlik/Dernek/STK'lar ve İletişim Bilgileri

FENALCO sektördeki firmaların gönüllü üye olduğu önemli bir özel sektör çatı kuruluşudur. Yine firmaların büyük çoğunluğu Bogota Ticaret Odasına kayıtlıdır.

FENALCO (Federación Nacional de Comerciantes Empresarios)

PBX: (601) 3500 600

Carrera 4 Nro 19 - 85 Piso 7

Bogotá, Colombia

servicioalcliente@fenalco.com.co

<https://www.fenalco.com.co/>

CCB (Cámara de Comercio de Bogotá)

PBX: (601) 5941000

Avenida El Dorado # 68D-35
Bogotá, Colombia
infobasesdedatos@ccb.org.co
<https://www.ccb.org.co/>

4.2.2. İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

İthalatçı firma bilgileri yasal olarak halka açılmak zorundadır. Bununla birlikte bu bilgiler DIAN (Gümrük ve Vergi İdaresi) tarafından sadece ilgili dış ticaret ajansları ve Kompass ile düzenli olarak paylaşılmaktadır. Talep edilmesi durumunda, Ticaret Bakanlığı'nın [Müşavire Danışın](#) internet sitesi üzerinden ithalatçı firma bilgilerinin de yer aldığı detaylı ithalat istatistiklerine erişilebilmektedir.

4.3. Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

İthalatta bazı ürünler için sağlık, kalite ve çevre standart belgeleri zorunludur. İstenen güncel belgeler Gümrük tarife kodlarına göre [DIAN sitesi](#) üzerinden kontrol edilebilir.

INVIMA Kaydı ve Sağlık İzinleri: Kolombiya'ya ithal edilecek her türlü işlenmiş gıda, içecek ve takviye edici gıdanın INVIMA (Ulusal Gıda ve İlaç Gözetim Enstitüsü) tarafından onaylanması ve sağlık kaydının (*Registro Sanitario*) alınması zorunludur. Bu süreç etiketlemeden ambalaj içeriğine kadar sıkı denetimler içerir.

ICA Denetimleri: İşlenmemiş tarım ürünleri, taze meyveler ve hayvansal ürünler için ise ICA (Kolombiya Tarım Enstitüsü) kurumundan bitki ve hayvan sağlığı sertifikalarının alınması şarttır. ICA izinlerinin çıkması, ürün grubuna göre, iki yılı bulabilmektedir.

4.4. Sevk Öncesi İnceleme Zorunluluğu

Kolombiya'da ön muayeneden DIAN sorumludur. 2019 tarihli 1165 sayılı Kararname'nin 52. maddesine göre, mal muayenesi, malın tanımı, miktarı, ağırlığı, niteliği ve durumunun incelenmesini içerir. Bu amaçla numune alınabilir. Bazı ürünlerde gözetim şirketleri devreye girmektedir. [DIAN websitesinden](#), ürünün Gümrük Pozisyonuna göre zorunluluk kontrol edilebilir.

4.5. Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri

Alimentec

Kolombiya ve tüm Latin Amerika/Karayipler bölgesinin en büyük ve en prestijli uluslararası gıda endüstrisi fuarıdır. Anuga (Koelnmesse) ortaklığıyla düzenlenen bu fuar; işlenmiş gıdalar, et, süt ürünleri, dondurulmuş gıdalar, gıda teknolojileri, perakende (retail) ve HORECA (otel, restoran, kafe) sektöründeki tüm profesyonelleri bir araya getirmektedir. 9-12 Haziran 2026 tarihleri arasında Corferias Bogota'da düzenlenecektir. <https://feriaalimentec.com/en>

Agroexpo

Kolombiya'nın ve Latin Amerika'nın en büyük ve en önemli tarım, hayvancılık ve çiftçilik ihtisas fuarıdır. Agroexpo Bogota'da iki yılda bir düzenlenmektedir. Son büyük ana fuar 9-20 Temmuz 2025 tarihleri arasında Bogota'da 290 binden fazla ziyaretçiyle gerçekleştirilmiştir. Bir sonraki Bogota edisyonu Temmuz 2027'de olacaktır.

<https://agroexpo.com/en>

4.6. Sektör Firmalarına Hitap Eden Ticaret Heyetleri

Kolombiya'da ilgili sektör birlikleri koordinasyonunda, sık aralıklarla sektörel heyet organizasyonları yapılmaktadır. Sektörel heyetlerin yanı sıra TİM ve İstanbul İhracatçıları Birliğinin düzenlediği diğer ticaret heyetlerine de katılım sağlanması önerilmektedir.

4.7. İhale Yayımlayan Kamu Kurumları

Kolombiya Hükümeti, “*Colombia Compra Eficiente*” (SECOP) platformunu satın alma ve tedariki stratejik bir nokta olarak kullanmaktadır. Kolombiya Hükümeti'nin tüm sektörlerdeki satın alma süreçlerini, teklifleri ve ihaleleri duyurmak için hazırladığı bir platformdur. Ulusal ve uluslararası firmaların, kamu alımlarına ilişkin olarak Kolombiya Hükümeti ile iletişime geçebilmelerinde bu platform en önemli kanaldır. İhale duyurusu yapılmayan savunma sanayi alımları hariç diğer tüm alımlar bu [platform](#) üzerinden gerçekleştirilmekte olup ihracatçı firmalarımızın, proaktif davranarak ihaleler öncesinde platforma kayıt yaptırmasında fayda görülmektedir.

4.8. STA / Tercihli Ticaret Anlaşmaları

Kolombiya'nın Amerika ülkeleri (ABD, Kanada, Meksika, Karayip ülkeleri, CAN ülkeleri, Mercosur), Avrupa Birliği, EFTA, İsrail ve G.Kore ile yürürlükte olan bir çok STA'sı olmakla birlikte Türkiye ile imzalanan bir STA'sı bulunmamaktadır. Mevcut Kolombiya STA'ları listesi [linkinin](#) ve güncel STA politikalarına ilişkin detaylı bilgilerin yer aldığı [linkin](#) incelenmesinde fayda görülmektedir.

4.9. Standartlar

Kolombiya'ya gıda ihracatında oldukça katı yasal standartlar ve zorunlu prosedürler bulunmaktadır. Ürünlerin ülkeye giriş yapabilmesi için zorunlu olan temel standartlar ve gereklilikler şunlardır:

INVIMA: İşlenmiş gıdalar, içecekler ve ilaçlar için INVIMA (Ulusal İlaç ve Gıda Gözetim Kurumu) standartlarına uyulması şarttır. Düşük riskli ürünler için bildirim, orta ve yüksek riskli gıdalar için ise detaylı ürün kayıt (*Registro Sanitario*) belgesi alınmalıdır.

Sağlık Sertifikaları: Hayvansal ürünler ve tarımsal gıdalar (süt ürünleri, et vb.) için ihracatçı ülke otoritesinden onaylı orijinal sağlık/hijyen sertifikaları sunulmalıdır. Halihazırda ICA nezdinde süreçleri devam eden ülkemiz ihracat izni başvuruları

bulunmakta olup (Elma ihracatı gibi) ilgili ihraç ürün için ICA izninin bulunup bulunmadığının ihracattan önce araştırılması tavsiye edilmektedir.

4.10. Etiketleme ve Ambalajlama

Ürünlerde İspanyolca etiket zorunludur. Gıda etiketlerinde içerik bilgisi, besin değerleri, üretim/son kullanma tarihleri ve parti numarası mutlaka yer almalıdır. Ayrıca yüksek şeker, sodyum veya doymuş yağ içeren ürünlerde Kolombiya Sağlık Bakanlığı tarafından belirlenen uyarıcı ön etiketleme (ön yüz uyarıları) zorunludur.

4.11. Lojistik

Kolombiya karayolu ve demiryoluna göre liman altyapısında görece daha iyi konumdadır. Liman alt yapı kalitesinde Kolombiya; Venezuela, Brezilya, Paraguay, Arjantin ve Peru'nun önündedir. Cartagena, Barranquilla ve Buenaventura limanları öne çıkan, uluslararası standartlardaki limanlardır. Ülkemizden çıkan bir konteyner, ortalama 20-30 gün arasında bir sürede Kolombiya limanlarına varmaktadır.

WEF Küresel Rekabet Edebilirlik raporuna göre karayolu altyapısı kalitesine göre Kolombiya 137 ülke arasında 110. sıradadır. Kolombiya'da karayolları çok yetersiz genellikle tek şeritli ve yollar dağlıktır. Yoları genellikle bakımsızdır. Yollarda bozukluk oranı bir hayli yüksektir. Bu nedenle örneğin uçakla yarım saat süren Bogota-Medellin arası karayolu ile 8 saat sürmektedir. Ülkenin toplam yol uzunluğu yaklaşık 203.000 km'dir. Toplam yolun %48'i düz yol, %29'u dalgalı ve %23'ü ise dağlık arazidedir. Demiryolu ise çok sınırlı olarak, sadece bazı kömür madenlerinin ihracat limanlarına bağlanmasında kullanılmaktadır. İç bölgelere erişim zorluklarına ve ülkenin tropik ve sıcak iklimine rağmen, soğuk zincir gerektiren ürünlerin nakliye ve depolanmasında herhangi bir sorun yaşanmamaktadır.

4.12. Dağıtım Kanalları ve E-Ticaret

Kolombiya gıda sektöründeki dağıtım kanalları; modern perakende, geleneksel pazarlar, toptancılar ve HORECA (Otel, Restoran, Kafe) olmak üzere dört ana kategoride toplanmaktadır. Ülkedeki hane halkı gelirlerinin büyük bir bölümü gıda harcamalarına ayrıldığından, pazarda çok çeşitli satış yöntemleri mevcuttur. Kolombiya gıda pazarındaki temel dağıtım kanalları şunlardır:

Modern Perakende (Süpermarket ve Hipermarketler): Zincir marketler, organize perakendenin merkezini oluşturur. Grupo Éxito, Olímpica, D1 ve Ara gibi büyük ulusal ve indirim marketleri, paketli gıdaların tüketiciye ulaşmasında en yüksek paya sahiptir.

Geleneksel Dağıtım ve Semt Pazarları: "Tiendas de barrio" olarak bilinen geleneksel mahalle bakkalları, yerel halkın günlük gıda alışverişi için hala çok önemlidir. Toptancılardan mal alan bu küçük işletmeler, özellikle dar gelirli kesimlere ulaşmak için kritik bir kanaldır.

Toptancılar (Distribütörler): Üreticiden veya ithalatçıdan büyük hacimlerde gıda ürünü alarak bunları perakendecilere, geleneksel bakkallara ve pazarcılara dağıtan aracı kurumlardır. Bogota'daki *Corabastos* gibi büyük hal bölgeleri, dağıtım ağının kalbidir.

HORECA (Ev Dışı Tüketim): Otelleri, restoranları, kafeleri ve catering firmalarını kapsamaktadır. Turizmin ve yeme-içme sektörünün geliştiği Bogota, Medellin ve Cartagena gibi şehirlerde bu kanala yönelik özel toptancılar ve doğrudan tedarik modelleri mevcuttur.

E-Ticaret: Özellikle şehir merkezlerinde, gıda teslimat uygulamaları (**Rappi** vb.) ve süpermarketlerin kendi dijital platformları pazar payını giderek artırmaktadır.

4.13. Tanıtım ve Pazarlama

Kolombiya gıda pazarına yönelik olarak tanıtım ve pazarlama çalışmaları kapsamında aşağıda belirtilen faaliyetlerin önemli olduğu düşünülmektedir;

- Bölgedeki uluslararası fuarlara düzenli katılım,
- Özellikle Kolombiya'daki bölgenin en önemli Gıda fuarı olan “*Alimentec*” fuarına katılım sağlanması,
- Fuarlara numunelerin getirilmesi ya da fuar sonrasında ilgili firmalara ulaştırılması,
- Firma kataloglarının elektronik olarak potansiyel alıcılara ulaştırılması,
- Kolombiyalı süpermarket zincirlerine yönelik özel alım heyetleri düzenleyerek Türkiye’de fabrika ziyaretlerine davet edilmesi,
- Türkiye’deki fuarlara büyük süpermarketlerin davet edilmesi,
- Kolombiya’da satış sorumlusu bulundurarak potansiyel müşteriler ile sık sık iletişime geçilmesi,
- Firma temsilcilerinin Türkiye’den potansiyel müşterileri ziyarete sık sık gelmesi

4.14. Tüketici Tercihleri ve Trendler

Genel olarak, Kolombiyalı tüketiciler geleneksel markalara sadıktırlar. Latin Amerika genelinde olduğu gibi Kolombiya’da da yüksek proteinli, düşük şekerli, organik ve sporcu beslenmesine yönelik ürünlere talep hızla artmaktadır. Sağlıklı atıştırmalık segmenti genişlemektedir. Daha az koruyucu, katkı maddesi ve kimyasal içeren içeriklere olan tercih artmaktadır. Yerel meyveler (örneğin, altın çilek ve borojo) kullanarak üretilen farklı ürünler rağbet görmektedir. Yine, süt, peynir ve hayvansal proteinlere alternatifler olmak üzere bitki bazlı ürünlerde yenilikler yapılmaktadır.

Şekerleme sektörü, Kolombiya’da ekonomik bir motor görevi görmektedir ve 25.000’den fazla iş imkânı yaratmaktadır. Sektörde güçlü bir üretim ve ihracat geçmişi bulunmakla birlikte ithal ürün talebi de artmaktadır. Kolombiyalıların yaklaşık %76’sı şekerleme ürünleri tüketmekte ve %37’si bunu günlük olarak yapmaktadır. Sektör düzenli olarak süt ürünleri ve glikoz dahil olmak üzere çoğu hammaddesini yabancı tedarikçilerden temin etmektedir. Tüketiciler, düşük şekerli, vegan, glutensiz, el yapımı/zanaatkar, katkı maddesi içermeyen ve yeni tatlı gibi özelliklere sahip yenilikçi ürünlere ilgi göstermektedir. *Grupo Nutresa* ve *Colombina* adlı iki yerli firma, *Ferrero* ve *Nestlé* gibi çokuluslu şirketlerin önünde sektöre öncülük etmektedir.

Kolombiya, önemli bir palmye yağı üreticisidir. Yağ sektöründe, zeytinyağı ve kolza yağı satışları, tüketicilerin daha sağlıklı yağlara olan artan tercihleri nedeniyle artmaktadır. Bu

eğilimle birlikte, avokado ve hindistan cevizi yağı gibi yeni ürünler, sağlıklı seçenekler olarak algılandıkları için giderek daha fazla talep görmektedir. Sektörde *Alianza Team*, soya fasulyesi, ayçiçek yağı ve zeytinyağı sunarak lider konumda yer alırken, onu ayçiçek yağı, mısır yağı ve margarin sunan *Grasco* takip etmektedir.

Soslar alt sektörü incelendiğinde; ketçap tercih edilen sos olmaya devam etse de mayonez, hardal, ranch ve diğer soslar pazarda yer edinmiştir. Bu kategoride lider şirket *Unilever* olup, onu *Quala* ve *Nestle* takip etmektedir. Tüketiciler için fiyat önemli bir kriter olmakla birlikte, indirim marketler üzerinden özel etiket tasarımı, yeni ürünler de pazar payını artırmaktadır. Sektörde Asya yemekleri için soslar (soya ve teriyaki sosu ve kaburga için barbekü sosu), düşük yağlı soslar (kanola ve zeytinyağı mayonezi) ve koruyucu ve yapay aroma/reklendirici içermeyen soslar gibi daha sağlıklı ürünlere talep artmaktadır.

Konserve alt sektörüne baktığımızda ise, Kolombiyalılar öncelikle konserve ton balığı tüketmektedirler. Ancak et, fasulye, domates, tatlı mısır ve çorba gibi diğer konserve/koruyucu ürünlerin pazarı da yavaş yavaş genişlemektedir. Yerel pazarda bulunan taze meyve ve sebze çeşitliliğinin yüksek olması nedeniyle, konserve meyve ve sebzelere ilgi düşüktür. *Seatech International* önde gelen konserve/konserve gıda şirkettir.

Tüketiciler dondurulmuş gıdaları sağlıksız ve aşırı işlenmiş olarak algılasa da dondurulmuş işlenmiş gıda pazarı da genişlemektedir. Patates, hazır yemekler, pizza ve sebzeler en çok tercih edilen dondurulmuş ve işlenmiş ürünlerdir. Bu ürünler için pazar fırsatları çoğunlukla kurumsal sektöre yöneliktir ve tek kişilik haneleri hedeflenmelidir. *Grupo Nutresa*, patates, pizza, tavuk nugget ve hamburger dahil olmak üzere geniş bir dondurulmuş ve işlenmiş gıda ürün portföyüne sahiptir.

Kolombiya'nın süt ürünleri ithalatı çoğunlukla krema, peynir altı suyu proteini, süt tozu ve kazein gibi diğer ürün bileşenlerinden oluşmaktadır. Süt tozu, esas olarak dondurma, kurabiye, kek ve pastane ürünleri gibi süt ve şekerleme ürünleri üretmek için ithal edilmektedir. Kolombiyalılar pastörize süte göre UHT sütü tercih etmektedir ve çoğu perakendeci kendi UHT süt markalarını satmaktadır. Tüketiciler, modern perakende mağazalarında, yerel pazarlarda ve küçük bakkallarda bulunan taze peyniri tercih etmektedir. Sert peynir pahalı olarak görülse de PriceSmart, D1 ve Jumbo gibi perakendeciler çedar, muenster, biberli jack, Monterey jack ve gouda gibi farklı peynir çeşitleri sunmaktadır. Yoğurt tüketimi, sağlıklı bir ürün olarak algılandığı için artmaktadır. Markasız ürünler satan önemli sayıda bağımsız bakkal bulunmaktadır. Tüketiciler yerli markalara yüksek sadakat göstermektedir. Kolombiya'daki süt ürünleri üretiminde; *Nestle*, *Parmalat* ve *Danone* gibi çokuluslu markalar ve *Colanta*, *Alpina* ve *Alqueria* gibi yerli markalar öne çıkmaktadır.

Fırıncılık alanında trendlere bakıldığında; kişi başına ekmek tüketimi, Şili (98 kilogram), Arjantin (82 kilogram) ve Uruguay (55 kilogram) gibi diğer Latin Amerika ülkelerine kıyasla hala nispeten düşüktür (22 kilogram). Kolombiyalılar arasında ekmeğin besleyici olmadığı ve kilo alımıyla ilişkili olduğu algısı vardır. Yine, fırıncılık sektöründe yenilik eksikliği göze çarpmaktadır. Sektörde sadece üst düzey, gurme fırınlar popülerlik kazanmış

olup, malzemelerinin çoğunu uluslararası kaynaklardan temin etmektedirler. Kolombiya'daki markalı ekmek şirketleri arasında *Bimbo*, *Productos Ramo*, *Comapan* ve *Quala* öne çıkmaktadır. Bu şirketler, geleneksel fırınlardan farklı çeşitli ekmek ürünleri üretmektedir. Dilimlenmiş ekmek, tost, kek ve brownie'lerin yanı sıra hamburger ve soslu sandviç için çörek konusunda uzmanlaşmışlardır. Daha sağlıklı ürünler arayan tüketicilere hitap etmek için el yapımı ekmek ve tahıl ve tohumlu ekmek gibi yeni ürünler piyasaya sürülmektedir.

Soğutulmuş et ve kümes hayvanı ürünlerine kentsel alanlarda talep yüksektir. Euromonitor'a göre, Kolombiya soğutulmuş işlenmiş gıda pazarının büyük bir kısmı işlenmiş et veya kümes hayvanlarından oluşmakta olup küçük bir payı da soğutulmuş hazır yemekler oluşturmaktadır. Ancak, soğutulmuş işlenmiş gıdalara olan tercih her zaman dondurulmuş ürünlerden daha yüksek olmuştur. Tüketiciler hazır yemek alırken Meksika, İtalyan ve Çin yemeklerini tercih etmektedir. *Grupo Nutresa* bu kategoride %60 pazar payıyla lider konumdadır.

İçecek sektörü, özellikle aromalı su ve çaylar segmentinde büyümektedir. Kişi başına alkolsüz içecek tüketimi yılda 131,4 litre olup, komşu ülkelerden biraz daha düşüktür. Kolombiya'da tercih edilen içecekler soda ve şişelenmiş sudur. Gelişen kokteyl kültürüyle birlikte, karıştırıcılar ve tonik sular da piyasada daha yaygın hale gelmektedir. *Postobon* (yerli firma) ve *Femsa* (Coca Cola) sektörde lider konumdadır. Alkollü içecekler sektörüne bakıldığında ise, Kolombiya'da en çok tercih edilen alkollü içecek biradır ve kişi başı yıllık tüketim 58 litredir. Yerel üretim piyasaya hâkim olsa da, ithal biralara ana tedarikçisi Meksika'dır. Kolombiya nüfusunun giderek artan bir kesimi, yeni tatlar, fiçıda olgunlaştırılmış biralara, düşük kalorili seçenekler, bitkisel infüzyonlar ve düşük alkollü biralara gibi bira yeniliklerini denemeye açıktır.

4.15. Vergiler ve Tarife Dışı Engeller

Kolombiya, aşırı işlenmiş ve yüksek sodyumlu/şekerli gıdalara uyguladığı %20'lik "sağlık vergisi" (*Impuesto Saludable*) ile bölgede öncü (ve üreticiler için zorlayıcı) bir mevzuat yürütmektedir. Bu durum, firmaları daha sağlıklı içerikler üretmeye zorlamaktadır.

Genel olarak gıda ithalatına yönelik olarak, %19 oranında KDV, %0 ile %15 arasında değişen oranlarda ise Gümrük Vergisi tahakkuk ettirilmektedir. Kolombiya'nın STA'sı bulunan ülkelerden yapılan ithalatta Gümrük Vergisi sıfır olarak uygulanmaktadır. Kolombiya Vergi İdaresi (DIAN) internet sitesi üzerinden Gümrük Tarife Pozisyonları esaslı dış ticaret mevzuatı ve Gümrük Vergileri sorgulanabilmektedir.

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces>).

Ayrıca, makarna, un gibi bazı işlenmiş gıda ürünlerinde, yerli üreticiyi koruma amacıyla, çeşitli adlar altında (*Arancel Variable*, *Arancel Externo Comun* gibi) ek gümrük vergileri de tahakkuk ettirilmek olup yukarıda bahsedilen DIAN web sayfasından, Gümrük Tarife Pozisyonlarına göre, uygulanan korumacı ticaret politikalarının sorgulanmasında fayda görülmektedir.

Kolombiya devleti, “*Single Counter for Foreign Trade*” (“*Ventanilla Unica de Comercio Exterior*”) – VUCE programı ile ithalat ve ihracat için gerekli prosedürleri önemli ölçüde kolaylaştırmış olsa da Kolombiya bürokrasisi hala hem yerli hem de yabancı şirketler için yavaş işlemeye devam etmekte olup, tarife dışı engeller ile nadir de olsa karşılaşılabilir. Gümrük işlemlerin hızlandırılması için yerleşik gümrük ajanslar ile çalışılmasında fayda görülmektedir.

INVIMA'nın işlenmiş gıda ithalatında oldukça katı ürün kayıt süreçleri ve etiketleme kuralları (özellikle yüksek şeker/yağ içeren ürünlere getirilen siyah uyarı logoları) uygulaması ve değerlendirme sürelerinin uzun olması bazen ciddi bir tarife dışı engelle dönüşebilmektedir.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

İhracatçılarımızın, geniş üretim yelpazesi, yüksek kalite ve standartlara uyum kapasitesi, Avrupa standartlarında oturmuş güçlü lojistik altyapısı ve uygun fiyat-kalite dengesi ile özellikle Avrupalı ve Uzakdoğulu rakiplerine göre Kolombiya'da rekabet gücünün yüksek olduğu düşünülmektedir.

Bütün bu avantajların yanı sıra son iki yılda gözlenen para birimi *Peso*'nun değer kaybının, iç piyasada ithal ürünleri yerli ürünlere göre daha cazip hale getirmiş olması da bir fırsat olarak değerlendirilmelidir.

Ekonomik büyümeye paralel büyüyen orta sınıf ve tüketim kapasitesi sektörümüze uzun vadeli fırsatlar yaratmaktadır.

Kolombiya'nın diğer Latin Amerika ülkeleri ile coğrafi ve kültürel yakınlığı, Bölge ülkeleri nezdinde de pazara giriş açısından firmalarımıza avantajlar sağlayarak ciddi bir pazar payına sahip olma imkânı sunmaktadır. Askıda bulunan STA görüşmelerinin yeniden canlandırılması ve kısa sürede neticelenmesi durumunda firmalarımıza Gümrük Vergisi ve imtiyazlı pazara erişim imkanları sağlaması beklenmektedir.

Ekonomik ve politik olarak Latin Amerika bölgesinin en istikrarlı ülkelerinden olan Kolombiya'da ekonomik büyümenin devam edeceği ve gıda sektörünün de katma değerli ürün kullanımının yaygınlaşacağı bununda ülkemiz ihracatçıları için bir avantaj olacağı değerlendirilmektedir. Özellikle unlu mamuller (tatlı bisküvi ve gofretler), çikolata ve kakao ürünlerinde talep yüksek seyretmektedir.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Kolombiya gıda sektörü, birkaç büyük yerli üretici firma ve uluslararası markalar arasında sıkışmış durumdadır. ABD başta olmak üzere, STA'lar aracılığı ile gümrük vergisiz pazara imtiyazlı erişimi bulunan Brezilya, Meksika ve Avrupa ülkeleri Kolombiya gıda pazarını elinde bulundurmaktadır.

Kolombiya ve diğler Latin Amerika ÷lkeleri için coğrafi uzaklık nedeniyle nakliye süresinin uzunluğu ve navlun bedellerinin yüksekliği özellikle düşük birim fiyatlı ihracatta nihai ürün fiyatlarını yükseltebilmektedir.

Ülkemizde İspanyolca diline hâkim ihracat personelinin yetersizliği ve bu alanda bir gelişme olmaması ihracatçılarımız için sorun teşkil etmektedir.

Çin ve diğler ÷lkelerin bölgedeki yatırımları ve nakliye sürelerini ve navlun maliyetlerini düşürme faaliyetleri ihracatçılarımızın rekabet şartlarını ayrıca zorlaştırmaktadır.

Son olarak hükümet üst/alt düzey kamu görevlilerinin çok sık aralıklarla değişmesi, sektörün geliştirilmesi için stratejik ekonomi politikalarının uygulanmaması da sektörde uzun vadeli girişimleri engelleyebilmektedir.

7. Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Sektördeki ihracatçı firmalarımızın Kolombiya ve Latin Amerika pazarını öncelikli pazarlar arasına almalarının önemli olduğu değerlendirilmektedir. Yoğunlaştırılmış pazara giriş faaliyetleri kapsamında, Kolombiya’da bir temsilcilik açılması, Müşavirliklerimiz ile koordineli bir şekilde ithalatçılar ile irtibata geçilmesi vb. girişimlerin Kolombiya’ya ihracatın geliştirilmesine önemli bir katkı vereceği değerlendirilmektedir.

Kolombiya'ya gıda ihracatını artırmak için firmalarımızın, ÷lkedeki vergi ve standartlara ilişkin ön bir çalışma yaptırmaları, yüksek talep gören sağlıklı ürünler, şekerleme, bitkisel yağlar ve atıştırmalıklar gibi gelişen kategorilere ilişkin pazar araştırmaları yapmaları, INVIMA ve ICA sertifikalandırma süreçlerini eksiksiz tamamlamaları pazara girişin ilk adımları olarak değerlendirilmelidir.

Yine, firmalarımızın yurtdışında yatırım dahil ortaklıklar ve teknoloji paylaşımına açık olmaları sektörde önemli bir avantaj sağlayacaktır. Bu kapsamda, uzun vadeli ilişkilerin geliştirilmesi, sık sık firma ziyaretleri gerçekleştirilmesi, alım heyetleri kapsamında alıcıların Türkiye’ye davet edilmesi gibi çabaların ihracata yönelik önemli katkılar sağlayacaktır.

İlgili sektör fuarlarına düzenli katılımın da firma ve ÷lke bilinirliği açısından önemli olduğu unutulmamalıdır.

8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğler Hususlar

Ülke ve bölgedeki ekonomik istikrar ve büyüyen pazarlar göz önüne alındığında, önümüzdeki dönemde Kolombiya’da gıda üretimi ve tüketiminin/ithalatının artması beklenmektedir. Ticaret Müşavirliğimiz ile irtibata geçilerek ürün bazlı pazara giriş potansiyelinin yakından takip edilmesinde fayda gör÷lmektedir. Kolombiya gıda sektörü büyüme potansiyeli sunmakla birlikte, ÷lkedeki rekabetin durumu ve mevzuat düzenlemeleri de dikkatle takip edilmelidir.

Yine ihracat faaliyetleri öncesinde firmalarımızın pazar araştırması faaliyetleri yürütmeleri, bölgeye yönelik olarak özel lojistik planlamaları yapmaları, ürünlerine ilişkin olarak standartları öğrenmelerinde fayda görülmektedir.

9. Genel Değerlendirme

Özellikle Türkiye'nin Kolombiya'ya olan gıda ihracatı potansiyelinin çok altındadır. Kolombiya'da iş adamlarımıza yönelik bir ön yargı bulunmamakta olup, yalnızca ülkemiz ve sektör hakkında bilgi eksikliği söz konusudur. Gelişen ilişkiler ve mevcut politik konjonktürün de olumlu etkisi ile, yoğun pazara giriş faaliyetleri neticesinde, Kolombiya ve Latin Amerika gıda sektöründe ihracatçılarımızın önemli bir pay alabileceği değerlendirilmektedir.

10. Yararlı Adresler

Ulusal İstatistik Kurumu olan [DANE'nin veri tabanı](#), sektörel çatı kuruluşu olan [FENALCO](#) ve Kolombiya yatırım ajansı [Procolombia](#)'nın yayınları takip edilebilir.

Bitki Sağlığı ve Hayvan Sağlığı Gereksinimleri

Tarım ve Kırsal Kalkınma Bakanlığı ICA (APHIS muadili)

Edilberto Brito

Hayvan Sağlığı Koruma Müdür Yardımcısı

Tel. +(57) 601-7563030 dahili 3201

e-posta: subgerencia.animal@ica.gov.co

Alberto Rosero

Bitki Sağlığı Koruma Müdür Yardımcısı

Tel: +57-601-7563030 dahili 3101

e-posta: subgerencia.vegetal@ica.gov.co

Gıda Ürünleri Kaydı ve Sağlık İzinleri

Sağlık ve Sosyal Koruma Bakanlığı INVIMA (FDA muadili)

Alba Jimenez

Gıda ve Alkollü İçecekler Bölümü Müdürü

Telefon: +(57) 601-7422121 Dahili 4001

e-posta: ajimenezt@invima.gov.co

Kolombiya Gıda Politikaları ve İthalat Politikalarından Sorumlu Bakanlık

[Gümrükleme Ulusal Vergi ve Gümrük Müdürlüğü \(DIAN\)](#)

İthalat-İhracat İşlemleri

[Ticaret, Sanayi ve Turizm Bakanlığı \(MINCIT\)](#)

11. Kaynakça

DANE

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional>

DIAN (Kolombiya Gümrük ve Maliye İdaresi)

<https://www.dian.gov.co/dian/cifras/Paginas/EstadisticasComEx.aspx>

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces;jsessionid=9406081DB61949525F9BBB76C396B4C1>

Dünya Bankası (WITS)

<https://wits.worldbank.org/default.aspx?lang=es>

El Colombiano

<https://www.elcolombiano.com/>

FENALCO

[FENALCO - Federación Nacional de Comerciantes Empresarios](#)

ICA

[Instituto Colombiano Agropecuario - ICA](#)

INVIMA

[Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos | Invima](#)

La Republica

[Nutresa lidera el sector de alimentos y bebidas y Alpina entra al top cinco](#)

Min Agricultura (Tarım Bakanlığı)

<https://www.minagricultura.gov.co/paginas/default.aspx>

MINCIT

<https://www.mincit.gov.co/mincomercioexterior/defensa-comercial>

<https://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/seguimiento-tlc>

MIN SALUD (Sağlık Bakanlığı)

<https://www.minsalud.gov.co/Paginas/InicioV2.aspx>

Procolombia

<https://procolombia.co/publicaciones>

[Processed Food: A Growing Industry | Invest in Colombia](#)

SICEX Database

<application.sicex.com>

Ticaret Bakanlığı İstatistik Bilgi Sistemi
<https://eortak.dtm.gov.tr/eortak/login/listApplications.htm>

Trade Map
<https://www.trademap.org/>

TÜİK
<https://data.tuik.gov.tr/>

UN Comtrade
<https://comtradeplus.un.org/>

USDA
[US Agriculture Department Colombia Food Processing Ingredients Report](#)