
II. LES AFFAIRES EN COLOMBIE

Distribution

Bien que la loi colombienne n'oblige pas les exportateurs étrangers à avoir un agent local, ceux-ci ont en général recours aux services d'agents d'affaires locaux chargés non seulement de promouvoir les ventes, mais aussi d'aider les clients, de veiller aux comptes, d'effectuer des travaux de réparation et d'entretien et d'assurer que les paiements soient faits sans délai. Il est toutefois obligatoire pour les fournisseurs étrangers du secteur public colombien d'avoir des représentants locaux.

Bien que les principaux importateurs et agents aient en général leur siège social à Bogotá, d'autres sont établis dans les villes importantes que sont Barranquilla, Cali et Medellín. Selon le produit qu'on veut vendre, il peut être nécessaire de se rendre dans un ou plusieurs centres autres que Bogotá pour y voir des agents éventuels et, en particulier, y rencontrer des clients.

Accords de représentation

Un accord de représentation doit être établi en conformité avec la loi colombienne et certifié par un consulat de la Colombie au Canada.

La firme canadienne doit munir ses agents de procurations rédigées en espagnol et certifiées par un consulat de la Colombie.

En règle générale, une société canadienne peut mettre fin à un accord passé avec un représentant colombien en avisant l'intéressé par écrit trois mois à l'avance.

Publicité

La Colombie offre une gamme complète d'organes de publicité. Les journaux, très nombreux, atteignent un vaste public. Bogotá en a quatre principaux, et il en existe habituellement deux dans toute ville de quelque importance — soutenant chacun l'un des principaux partis politiques. Les stations de radio commerciales touchent un secteur encore plus vaste de la population. Enfin, la clientèle aisée peut