

PUENTES ENTRE AMÉRICA LATINA Y EL GOLFO: LA NUEVA ERA DE
RELACIONES ENTRE LA PERSPECTIVA COLOMBIANA DESDE EL OJO DE LOS
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS



SARA SOFIA DZIEGUEL ORDOÑEZ



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2026

PUENTES ENTRE AMÉRICA LATINA Y EL GOLFO: LA NUEVA ERA DE
RELACIONES ENTRE LA PERSPECTIVA COLOMBIANA DESDE EL OJO DE LOS
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS

SARA SOFIA DZIEGUEL ORDOÑEZ

Artículo académico presentado como requisito para optar al título profesional en Negocios
Internacionales

Asesor

Mg. CAMILA DEL PILAR LEYTON ARIZA

Master en Dirección y Gestión en marketing, comunicación y publicidad

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2026

Autoridades Académicas

P. Álvaro José ARANGO RESTREPO, O.P.

Rector General

P. Adrián Mauricio GARCÍA PEÑARANDA, O.P.

Vicerrector Académico General

P. Luis Antonio ALFONSO VARGAS, O.P.

Rector Seccional Villavicencio

P. Juan Francisco CORREA HIGUERA, O.P.

Vicerrector Académico Seccional Villavicencio

Mg. Julieth Andrea SIERRA TOBÓN

Secretaria General Seccional Villavicencio

Mg. Juan Felipe GONZÁLEZ DIAZ.

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

Puentes entre América latina y el Golfo: la nueva era de relaciones entre la perspectiva colombiana desde el ojo de los Emiratos Árabes Unidos

Nombre completo: Sara Sofia Dzieguel Ordoñez

Correo institucional: saradzieguel@ustavillavo.edu.co

Nombre completo: Camila Del Pilar Leyton Ariza

Correo institucional: camilaleyton@ustavillavicencio.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3963-6033>

Información del artículo:

Versión del documento: Preprint

Fecha de elaboración: Octubre 2025

Licencia: Creative Commons CC BY 4.0

Idioma del artículo: Español

Resumen

El presente artículo permite la interacción entre la relación comercial entre Colombia y Emiratos Árabes Unidos ha venido creciendo de manera constante a lo largo de los últimos 25 años. Se ha comentado que en el año 2000 las exportaciones de Colombia apenas sumaban 2,145 millones, mientras que las importaciones alcanzaban 1,102 millones, dejando una balanza positiva de poco más de mil millones. Con el paso del tiempo, las cifras fueron aumentando y para el año 2023 ya se hablaba de exportaciones por 9,678 millones e importaciones por 7,645 millones, manteniéndose un superávit de 2,033 millones. Incluso, en las proyecciones de 2025 se ha estimado que las exportaciones lleguen a 10,580 millones, consolidando así un comercio más equilibrado, pero aún favorable a Colombia.

En conjunto con lo anterior, se expone que este crecimiento no solo ha sido numérico, sino también estratégico, pues se ha vinculado directamente a las oportunidades de desarrollo económico bilateral. Así mismo, se ha planteado que flores colombianas han empezado a decorar bodas reales y eventos de alto perfil en Dubái, que el café especial se ha servido en cadenas

hoteleras cinco estrellas, y que las esmeraldas se han posicionado como piezas centrales en la joyería exclusiva.

De esta manera, se ha interpretado que las cifras de la gráfica no solo cuentan una historia de comercio en alza, sino también de cómo Colombia ha sabido entrar en un mercado que valora lo exclusivo, lo elegante y lo auténtico. Se ha concluido que, más allá del superávit comercial, lo que se ha logrado es abrirle al país una puerta privilegiada al mundo en Medio Oriente.

Palabras claves: Colombia, Emiratos Árabes Unidos, comercio internacional, exportaciones, importaciones, balanza comercial,

Abstract

In recent years, the economic and cultural ties between Colombia and the United Arab Emirates (UAE) have been strengthened, and this has been reflected in a steady growth of bilateral trade. From 2000 to 2025, Colombian exports to the UAE have shown an upward trend, increasing from 2,145 million USD in 2000 to an estimated 10,580 million USD in 2025. Imports have also grown, moving from 1,102 million USD in 2000 to 8,410 million USD in 2025. Although the trade balance has remained favorable for Colombia, it has been perceived that the surplus margin has gradually narrowed, stabilizing around 2,000 million USD in recent years.

These figures have been understood not only as numbers but as indicators of the growing interest of both nations in consolidating a long-term relationship. Colombia has been valued as a source of premium products such as coffee, emeralds, flowers, and exotic fruits, which fit perfectly within the luxury consumption trends of the UAE. Meanwhile, the Emirates have been positioned as a gateway for Colombia to the Middle Eastern luxury markets, where exclusivity, authenticity, and symbolic value are highly appreciated.

Thus, the opportunities for luxury marketing have been identified as part of this exchange, since the Colombian offer can be adapted to the demands of sophisticated consumers in cities like Dubai and Abu Dhabi. It has been considered that this dynamic may lead to stronger cooperation strategies, investments in tourism, and the positioning of Colombia as a luxury brand in the global economy.

Keywords: Colombia, United Arab Emirates, international trade, exports, imports, trade balance, Colombian flowers, specialty coffee, emeralds, luxury marketing.

Introducción

El fortalecimiento de los vínculos económicos entre Colombia y los Emiratos Árabes Unidos trasciende una lectura estrictamente comercial, ya que también involucra la construcción simbólica que acompaña a los bienes intercambiados. En este contexto, los Emiratos se configuran como un escenario estratégico para la proyección internacional de economías emergentes, al consolidarse como centros globales donde convergen consumo de alto nivel, visibilidad internacional y narrativas asociadas al origen de los productos. Ciudades como Dubái y Abu Dabi han sido ampliamente reconocidas como plataformas de posicionamiento global en las que la autenticidad, la procedencia y el valor diferencial adquieren especial relevancia. Desde esta perspectiva, el mercado emiratí no solo representa una oportunidad para la exportación de bienes tradicionales colombianos como esmeraldas, café de origen o flores, sino también un espacio para fortalecer la imagen país dentro de esquemas de cooperación económica más amplios (Avendaño, 2021).

Bajo esta misma línea, la relación bilateral puede interpretarse más allá de la lógica transaccional, en tanto incorpora dimensiones experienciales y culturales que inciden en la forma en que los productos son percibidos. Estudios recientes sobre consumo premium señalan que los mercados del Golfo tienden a valorar atributos asociados a la autenticidad, la exclusividad y la historia detrás de los bienes, lo que abre oportunidades para países con alta diversidad cultural y natural. En este sentido, la interacción entre Colombia y Emiratos Árabes Unidos puede entenderse como un proceso de acercamiento entre contextos económicos distintos, pero potencialmente complementarios, donde el intercambio no se limita al comercio, sino que involucra dinámicas de reconocimiento mutuo y construcción de valor simbólico en el escenario internacional (Kapferer, 2022).

En el contexto del sistema internacional contemporáneo, las relaciones entre Estados han evolucionado más allá de los intercambios comerciales tradicionales, incorporando dimensiones estratégicas vinculadas con posicionamiento geoeconómico, reputación y proyección internacional. Bajo este enfoque, el acercamiento entre Colombia y los Emiratos Árabes Unidos puede interpretarse como una oportunidad emergente dentro de los procesos de diversificación de alianzas económicas. Más que una dinámica estrictamente transaccional, esta interacción refleja la apertura hacia mercados caracterizados por altos niveles de sofisticación, integración financiera y

consumo orientado al valor simbólico, donde los vínculos bilaterales se construyen también desde la complementariedad económica y la proyección estratégica (Al Attrach & Guerrero, 2022).

Desde la perspectiva emiratí, las políticas recientes han estado orientadas a reducir la dependencia de los hidrocarburos mediante la expansión de redes de cooperación internacional y la identificación de socios con potencial de crecimiento en regiones emergentes. En este marco, América Latina y particularmente Colombia ha ganado relevancia como destino de interés, no solo por su oferta exportable en sectores tradicionales, sino por su capital cultural, biodiversidad y capacidad de generar propuestas diferenciadas con valor agregado. De esta manera, la relación bilateral puede entenderse como un proceso de convergencia entre una economía que busca diversificación global y un país que intenta fortalecer su inserción internacional a partir de atributos productivos y simbólicos que amplían el alcance de sus estrategias de internacionalización (Bayne & Woolcock, 2023).

El acercamiento entre Colombia y los Emiratos Árabes Unidos trasciende la lectura cuantitativa basada únicamente en exportaciones e importaciones, al involucrar también marcos institucionales, condiciones regulatorias y dinámicas socioculturales que influyen en la consolidación de vínculos económicos sostenibles. En este sentido, la relación bilateral puede analizarse como un proceso en el que la estabilidad normativa, la confianza institucional y la capacidad de adaptación intercultural adquieren un papel determinante en la generación de oportunidades de cooperación. Bajo este enfoque, Colombia se proyecta como un entorno con potencial para el desarrollo de propuestas orientadas a experiencias de alto valor, en las que el intercambio económico no se limite al producto físico, sino que integre dimensiones simbólicas y experienciales capaces de atraer tanto consumidores emergentes como inversionistas y visitantes provenientes del Medio Oriente (Candela & Cañadulce, 2023).

Desde la óptica de las relaciones internacionales contemporáneas, los procesos de internacionalización han comenzado a incorporar narrativas asociadas a identidad, procedencia y estilo de vida como factores diferenciadores en los mercados globales. En este marco, la diversidad cultural y productiva de Colombia se configura como un activo estratégico que permite articular sectores tradicionales con propuestas de mayor sofisticación, tales como turismo experiencial, gastronomía especializada, moda de autor o productos agrícolas con denominación de origen. Estas iniciativas encuentran afinidad con perfiles de consumo caracterizados por la búsqueda de exclusividad y autenticidad, como ocurre en varios mercados del Golfo. A su vez, el

fortalecimiento de los vínculos con economías altamente internacionalizadas puede contribuir a amplificar la visibilidad de marcas nacionales y favorecer su posicionamiento en circuitos globales de valor (Dinnie, 2021).

Las dinámicas bilaterales entre Colombia y los Emiratos Árabes Unidos no deberían limitarse a la comercialización de bienes primarios ni a esquemas tradicionales de intercambio. La oportunidad estratégica radica en avanzar hacia un modelo de inserción internacional basado en diferenciación, valor simbólico y posicionamiento aspiracional. En lugar de sostener una estructura exportadora concentrada en materias primas, el reto consiste en articular atributos culturales, productivos y territoriales que permitan proyectar a Colombia como generadora de experiencias y propuestas de alto valor agregado. Esta transición implica aprender de economías que han logrado diversificar sus fuentes de ingreso mediante la construcción de marca país, sofisticación de servicios y desarrollo de sectores asociados al lujo y la innovación (Díaz & Bustamante, 2022).

Desde esta perspectiva, el vínculo con los Emiratos no puede entenderse únicamente como un ejercicio diplomático o financiero, sino como una plataforma para redefinir la proyección internacional colombiana. Mientras Emiratos Árabes Unidos ha consolidado una estrategia orientada a la diversificación económica y a la consolidación de sectores no petroleros, Colombia posee activos culturales y naturales que pueden convertirse en ejes de diferenciación competitiva si son integrados en una narrativa coherente de posicionamiento global. La convergencia entre una economía que busca ampliar su red de socios estratégicos y un país que pretende fortalecer su inserción en mercados de alto poder adquisitivo configura un escenario de complementariedad con potencial de largo plazo (Bayne & Woolcock, 2023).

Aunque el intercambio comercial entre Colombia y los Emiratos Árabes Unidos ha mostrado una tendencia ascendente desde comienzos del siglo XXI, su estructura evidencia una alta concentración en bienes primarios y productos tradicionales. Exportaciones asociadas a café, flores, esmeraldas, carbón y algunos derivados agroindustriales continúan representando el núcleo del vínculo económico bilateral. Si bien el crecimiento en términos de valor agregado es evidente, no se observa una transformación equivalente en la composición de la oferta exportadora ni una expansión sostenida de la inversión extranjera directa proveniente del Golfo (UNCTAD, 2023). Esta dinámica sugiere que el aumento en los flujos comerciales no necesariamente ha estado acompañado por procesos de diversificación productiva o sofisticación estructural (Abreo et al., 2024).

En consecuencia, emerge una disonancia entre el entorno institucional favorable y los resultados tangibles en materia de posicionamiento estratégico. Instrumentos como el Tratado Bilateral de Inversión y el Convenio para evitar la Doble Tributación, junto con acuerdos más recientes como el Acuerdo de Asociación Económica Integral (CEPA), han configurado un marco jurídico propicio para profundizar la integración económica (OECD, 2022). Sin embargo, la evidencia sugiere que la existencia de mecanismos normativos no garantiza por sí misma procesos de upgrading productivo ni mayor densidad en las relaciones de inversión. Tal como advierten estudios recientes sobre inserción internacional de economías emergentes, la efectividad de estos acuerdos depende de su articulación con políticas internas de competitividad, innovación y promoción estratégica de exportaciones (Bayne & Woolcock, 2023).

El eje del problema consiste en explicar por qué la expansión del intercambio comercial no ha derivado en una consolidación estratégica sustentada en mayor valor agregado y sofisticación productiva. Desde la perspectiva de la complejidad económica, el crecimiento de las exportaciones no garantiza por sí mismo procesos de transformación estructural si no se acompaña de diversificación y escalamiento en las capacidades productivas (Hausmann et al., 2014). En esta línea, la ausencia de estrategias de posicionamiento basadas en marca país limita la capacidad de diferenciar la oferta nacional en mercados altamente competitivos, donde los atributos simbólicos y reputacionales inciden en las decisiones comerciales (Anholt, 2020).

Asimismo, la literatura sobre cadenas globales de valor advierte que la inserción internacional solo genera ventajas sostenibles cuando se avanza hacia actividades de mayor valor agregado y conocimiento intensivo, más allá del simple aumento en los volúmenes de comercio (Gereffi, 2019). Finalmente, enfoques recientes destacan que el posicionamiento económico también depende del uso estratégico de activos intangibles, como la identidad cultural y el soft power, los cuales contribuyen a consolidar la presencia de un país en mercados externos de forma más profunda y estable (Nye, 2021).

Pregunta de investigación

¿En qué medida la integración entre diplomacia económica y marketing internacional puede fortalecer el posicionamiento estratégico de Colombia en el mercado de Emiratos Árabes Unidos más allá del crecimiento comercial tradicional?

Perspectiva general de Emiratos Árabes Unidos en Colombia

La relación entre Emiratos Árabes Unidos (EAU) y Colombia se ha consolidado como un espacio lleno de oportunidades, donde confluyen intereses económicos, sociales y culturales. Para los Emiratos, que desde hace varios años trabajan en la diversificación de su economía más allá del petróleo, Colombia resulta un socio estratégico en América Latina gracias a su ubicación privilegiada, su potencial exportador y la variedad de sectores en los que puede aportar valor: agro, infraestructura, turismo, energías limpias e innovación Posada (2023).

Marco conceptual y normativo

El sustento jurídico de la relación bilateral entre Colombia y Emiratos Árabes Unidos se estructura a partir de un conjunto de instrumentos internacionales que buscan reducir incertidumbre y facilitar la integración económica. En primer lugar, el Tratado Bilateral de Inversión firmado en 2017 establece principios de protección a los capitales extranjeros, incluyendo trato justo, seguridad jurídica y mecanismos de resolución de controversias, elementos considerados esenciales para incentivar flujos de inversión en economías emergentes (Rana, 2022).

De manera complementaria, el Convenio para evitar la Doble Tributación, también suscrito en 2017, contribuye a mejorar la eficiencia fiscal del intercambio económico al eliminar cargas impositivas redundantes y favorecer la movilidad de capital transnacional. Este tipo de acuerdos, según Bayne y Woolcock (2023), cumplen un papel estratégico en la diplomacia económica contemporánea, ya que no solo reducen costos operativos, sino que fortalecen la confianza institucional entre los Estados involucrados.

Más recientemente, la entrada en vigor del Acuerdo de Asociación Económica Integral (CEPA, 2024) marca una etapa más profunda en la institucionalización de la relación bilateral. A diferencia de los tratados comerciales tradicionales, este instrumento incorpora disposiciones amplias en materia de facilitación comercial, apertura en servicios y promoción de inversiones, alineándose con las tendencias actuales de acuerdos de nueva generación orientados a cadenas globales de valor (Dinnie, 2021). Aunque el sector energético quedó parcialmente excluido, el alcance del acuerdo resulta significativo para sectores como el agroindustrial, manufacturero y de servicios especializados, los cuales concentran oportunidades de diversificación exportadora.

Lo anterior refleja una transición desde relaciones comerciales convencionales hacia esquemas más complejos de cooperación económica. Tal como señalan estudios recientes sobre diplomacia económica, la efectividad de estos instrumentos depende no solo de su existencia formal, sino de su articulación con estrategias de posicionamiento internacional y capacidades productivas internas (Woolcock, 2023).

Diplomacia económica

En la última década, la diplomacia económica ha evolucionado desde una herramienta de promoción comercial hacia un instrumento integral de posicionamiento geoeconómico. Autores recientes como Rana (2022) y Bayne & Woolcock (2023) plantean que los Estados utilizan la diplomacia económica para proyectar competitividad sistémica, combinando narrativa país, confianza institucional y estrategias de inserción en cadenas globales de valor. Desde esta perspectiva, el éxito de las relaciones bilaterales no depende únicamente del volumen comercial, sino de la capacidad de traducir acuerdos formales en reputación económica sostenible.

Marketing país y mercados aspiracionales

En el campo del marketing internacional, estudios recientes han enfatizado el papel del country branding como herramienta de diferenciación estratégica. Dinnie (2021) sostiene que las marcas país funcionan como constructos simbólicos que influyen en decisiones de inversión y consumo. De manera complementaria, Kapferer (2022) explica que los mercados de lujo operan bajo lógicas aspiracionales donde la autenticidad cultural, la escasez percibida y la narrativa de origen determinan el valor percibido. Esto resulta especialmente relevante en economías como Emiratos Árabes Unidos, caracterizadas por un consumo orientado al prestigio.

Marketing internacional y creación de valor

Desde la lógica dominante del servicio (Vargo & Lusch, 2004), el valor no reside únicamente en el producto físico, sino en la experiencia, el significado simbólico y la co-creación con el consumidor. En mercados como el emiratí, donde el consumo premium y el prestigio social tienen alta relevancia, la diferenciación simbólica resulta determinante.

El marketing internacional, por tanto, no se limita a la comercialización transfronteriza, sino que implica la adaptación cultural, narrativa y estratégica del producto a los códigos del mercado objetivo.

Integración diplomacia económica + marketing internacional

La integración de ambas dimensiones permite transformar exportaciones tradicionales en activos estratégicos de posicionamiento país. Mientras la diplomacia económica establece marcos normativos y confianza institucional, el marketing internacional traduce esos acuerdos en posicionamiento competitivo y percepción de valor.

Esta investigación analiza si dicha integración ha sido efectiva en el caso Colombia–Emiratos Árabes Unidos.

Teoría de mercados de grupo

La teoría de mercados de grupo o segmented global markets ha cobrado relevancia en estudios recientes de internacionalización. Wedel y Kamakura (2012) plantean que los mercados contemporáneos no se estructuran únicamente por variables geográficas, sino por comunidades de consumo transnacionales con valores compartidos. Bajo este enfoque, los consumidores premium de Dubái, Doha o Singapur pueden comportarse como un mismo clúster aspiracional, lo que permite estrategias de posicionamiento basadas en identidad simbólica más que en proximidad territorial.

Objetivos

Objetivo general

Analizar las condiciones comerciales, técnicas y culturales de Emiratos Árabes Unidos provenientes de la visita institucional, para identificar oportunidades concretas de inversión en Colombia y futuras alianzas estratégicas.

Objetivos específicos

Caracterizar aquellas dinámicas comerciales mas importantes de Emiratos Árabes mediante la revisión bibliográfica y estimar su posible participación en el mercado colombiano.

Identificar oportunidades culturales que favorezcan la unión del consumidor árabe con las ofertas de Colombia, por medio de un análisis preferencial y cultural.

Evaluar la normativa que influye en la inversión extranjera entre ambos países, permitiendo establecer seguridad, estabilidad y oportunidad que Colombia ofrece como destino de inversión.

Metodología de desarrollo

Tabla 1 Marco Metodológico del Proyecto

Elemento	Descripción
Enfoque metodológico	Mixto con predominio cualitativo, ya que combina el análisis de cifras económicas de importación y exportación (2000-2025) con la interpretación de las implicaciones sociales, culturales y normativas de las relaciones entre Colombia y los Emiratos Árabes Unidos.
Tipo de investigación	Exploratoria-descriptiva, porque busca identificar patrones, tendencias y significados en la relación económica y diplomática entre ambos países.
Método	Análisis documental y comparativo: se integran fuentes secundarias (estadísticas de comercio exterior, normativa nacional e internacional, tratados bilaterales, informes de inversión extranjera) con revisión académica y de prensa especializada.
Técnicas de análisis	- Cuantitativas: organización de los flujos de importación/exportación en tablas y series temporales. - Cualitativas: interpretación narrativa de los datos en relación con la diplomacia, barreras arancelarias, afinidad cultural y social.
Enfoque metodológico	El estudio adopta un enfoque mixto con predominio cualitativo. Se combinó el análisis estadístico descriptivo de flujos comerciales (2000–2025) con análisis de contenido de documentos normativos, discursos institucionales y literatura académica.
Fuentes de información	- Datos oficiales: DANE, DIAN, Banco de la República, Ministerio de Comercio, Naciones Unidas (Contraed), Banco Mundial. - Marcos normativos: acuerdos bilaterales de inversión, políticas de la Comunidad Andina y lineamientos de la OMC. - Bibliografía académica sobre comercio internacional y diplomacia económica.
Unidad de análisis	Las relaciones comerciales y diplomáticas entre Colombia y Emiratos Árabes Unidos durante el período 2000-2025.
Categorías de análisis	1. Flujo económico (importaciones, exportaciones, balanza comercial). 2. Factores normativos (aranceles, acuerdos bilaterales, tratados de inversión). 3. Factores sociales y culturales (atracción de inversión, compatibilidad de valores y prácticas). 4. Perspectivas de cooperación futura.
Instrumentos de análisis de información	1. Matriz de análisis documental: Sistematizar los aportes de la literatura académica, informes institucionales, tratados de inversión y documentos normativos relacionados con la relación bilateral Colombia–Emiratos Árabes Unidos. 2. Matriz de análisis de contenido (MAC): Examinar el discurso diplomático, económico y cultural presente en los documentos revisados y en las narrativas comerciales entre ambos países. 3. Ficha de extracción de datos estadísticos (FED): Registrar y organizar los valores numéricos provenientes de fuentes oficiales (DANE, DIAN, Banco Mundial, UNCTAD) sobre comercio bilateral 2000–2025.

Elemento	Descripción
	4. Triangulación metodológica: Validar coherencia entre datos teóricos, estadísticos y culturales.
Resultado esperado	Identificar si Colombia resulta atractivo para la inversión de Emiratos Árabes, cuáles son los sectores estratégicos más viables y cómo influyen las dimensiones normativas, culturales y sociales en el fortalecimiento de las relaciones internacionales.

Validación de hipótesis

Tabla 2 *Se establecieron criterios explícitos de validación*

Hipótesis	Indicador	Fuente	Criterio de confirmación
H1	Tasa de crecimiento exportaciones vs. diversificación sectorial	DANE / UNCTAD	Crecimiento sostenido + aumento participación nuevos sectores
H2	Participación de productos colombianos en segmentos premium	Informes sectoriales	Evidencia de posicionamiento en nichos de alto valor
H3	Variación IED EAU-Colombia post acuerdos	Banco de la República	Incremento sostenido posterior a CEPA
H4	Integración diplomática-comercial estrategia	Documentos ProColombia	Existencia de estrategia coordinada

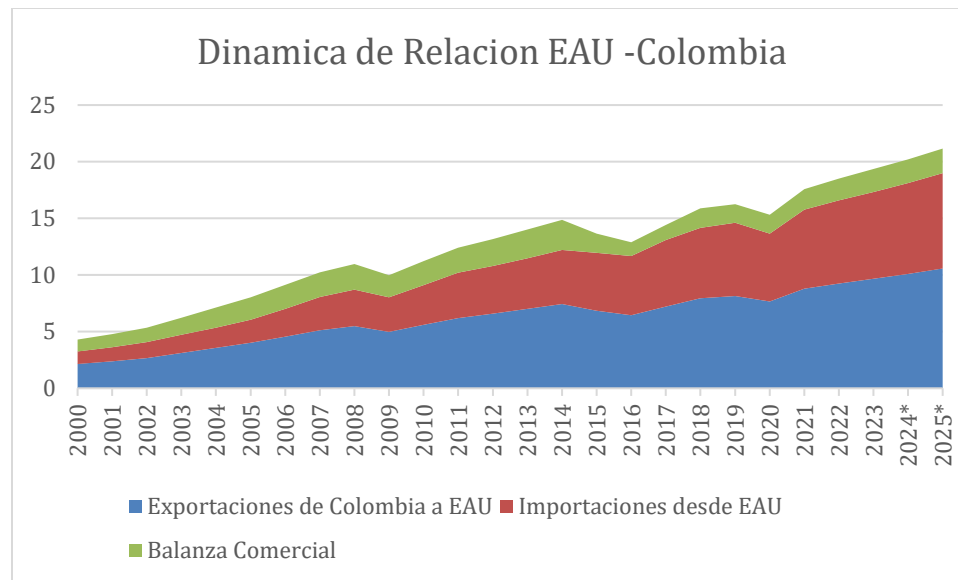
RESULTADOS

Tabla 3 *Hallazgos relaciones Emiratos Árabes y Colombia*

DIMENSIÓN	COLOMBIA	EMIRATOS ÁRABES UNIDOS (EAU)	RELACIÓN BILATERAL
ECONOMÍA Y COMERCIO	Exportaciones crecientes de café, flores, esmeraldas, carbón, agroindustria. Balanza comercial favorable desde 2000.	Economía diversificada basada en petróleo, turismo, logística, bienes raíces y lujo. Alto poder adquisitivo.	Relación comercial estable y en expansión; Colombia vista como proveedor confiable de materias primas y productos culturales.
CULTURA Y ESTILO DE VIDA	Diversidad cultural, artesanía, moda de autor, gastronomía variada, paisajes naturales únicos.	Cultura asociada al prestigio, exclusividad, innovación en lujo, marcas globales.	Intercambio cultural incipiente, con interés emiratí en autenticidad latinoamericana.
INFRAESTRUCTURA Y TURISMO	Potencial turístico en Caribe, Eje Cafetero, Amazonía, Andes. Oferta en desarrollo hacia segmentos de alto nivel.	Infraestructura de talla mundial (Dubái, Abu Dabi), epicentro del turismo de lujo y grandes eventos internacionales.	Posibilidad de intercambio de conocimiento en turismo de alto nivel y marketing experiencial.
INVERSIÓN Y COOPERACIÓN	Búsqueda de atraer inversión extranjera directa (IED). Apertura a acuerdos bilaterales.	Amplia experiencia en inversión global diversificada (energía, bienes raíces, turismo, lujo).	Cooperación en foros económicos, acuerdos comerciales en crecimiento.
SOCIEDAD Y CONSUMO	Emergencia de una clase media/alta interesada en consumo exclusivo y marcas de prestigio.	Sociedad con alto poder de compra, orientada al consumo de lujo, exclusividad y diferenciación.	Tendencia a generar puentes de consumo aspiracional.

DIMENSIÓN	COLOMBIA	EMIRATOS ÁRABES UNIDOS (EAU)	RELACIÓN BILATERAL
IMAGEN INTERNACIONAL	Imagen en transformación: de país exportador de materias primas a país de cultura, creatividad y experiencias.	Imagen consolidada como destino global de lujo e innovación.	Complementariedad estratégica en posicionamiento internacional.

Figura 1 “Desarrollo Bilateral Colombia Emiratos Arabes Unidos”



Nota. Elaborado a partir de Al Attrach, & Guerrero (2022).

Con el fin de evitar una lectura exclusivamente narrativa, se realizó un ejercicio de triangulación entre datos estadísticos, análisis documental y aproximaciones socioculturales. En primer lugar, se contrastaron los flujos comerciales reportados por el DANE, UNCTAD y Banco Mundial, lo que permitió confirmar el crecimiento sostenido del intercambio bilateral en términos nominales. En segundo lugar, se incorporó una lectura etnográfica del consumo premium en Emiratos Árabes Unidos, basada en estudios recientes sobre lujo experiencial y mercados aspiracionales, los cuales señalan que el valor simbólico supera al funcional en contextos de alto poder adquisitivo. Finalmente, la articulación entre evidencia cuantitativa y perfiles culturales permitió matizar la narrativa inicial del viaje institucional, transformándola en un análisis académico que vincula datos objetivos con interpretaciones sociocomerciales.

Durante el período 2000- 2025, el comercio bilateral entre Colombia y Emiratos Árabes Unidos presentó una tendencia de crecimiento sostenido en términos nominales. Las exportaciones colombianas aumentaron significativamente, manteniendo una balanza comercial favorable.

No obstante, el análisis estructural evidencia que la composición exportadora permanece concentrada en productos tradicionales. No se observa una expansión significativa hacia sectores de alto valor agregado o servicios especializados. Esto indica una expansión cuantitativa sin transformación estructural profunda.

En el ámbito normativo, los acuerdos bilaterales vigentes proporcionan estabilidad jurídica. Sin embargo, el flujo de inversión extranjera directa proveniente de Emiratos no ha mostrado un crecimiento proporcional, lo que sugiere que factores internos tributarios y regulatorios podrían estar limitando el impacto de dichos instrumentos.

Desde la dimensión cultural, se identificó compatibilidad entre la oferta colombiana de productos diferenciados y el perfil de consumo premium emiratí. No obstante, no se evidencia una estrategia articulada de marca país que consolide dicha ventaja.

En conjunto, los hallazgos muestran crecimiento comercial, pero limitada sofisticación estratégica.

Discusión

El análisis de los resultados permite afirmar que la relación comercial entre Colombia y Emiratos Árabes Unidos ha presentado un crecimiento sostenido en términos nominales durante el período 2000–2025. Sin embargo, al examinar la composición estructural de las exportaciones, se observa que la expansión se mantiene concentrada en productos tradicionales como café, flores, esmeraldas y bienes agroindustriales. Esto sugiere que el crecimiento cuantitativo no necesariamente implica transformación estructural ni sofisticación productiva.

En relación con la hipótesis H1 (crecimiento comercial = fortalecimiento bilateral), los resultados permiten hablar de una validación parcial. Aunque el incremento sostenido en los flujos comerciales refleja continuidad en el vínculo económico, la limitada diversificación exportadora reduce su impacto en términos de consolidación estratégica. La literatura reciente señala que el aumento del comercio, por sí solo, no garantiza relaciones económicas profundas si no se acompaña de procesos de sofisticación productiva y diversificación sectorial (Hausmann et al., 2014). En esa misma línea, se ha demostrado que la competitividad sostenible se construye mediante innovación, diferenciación y generación de valor agregado, más que a partir del simple crecimiento en los volúmenes exportados (Porter, 2008). De igual forma, los estudios sobre

inserción internacional advierten que el fortalecimiento bilateral requiere avanzar hacia intercambios basados en conocimiento y capacidades tecnológicas, ya que la dependencia de bienes tradicionales limita la evolución estructural de las relaciones económicas (Gereffi, 2019). Bajo esta perspectiva, el caso analizado evidencia expansión comercial, pero no necesariamente una transformación cualitativa en la profundidad del vínculo bilateral.

Respecto a la hipótesis H2 (la cultura del lujo favorece productos colombianos), los hallazgos evidencian una compatibilidad relevante entre el perfil de consumo premium del mercado emiratí y la oferta colombiana de bienes diferenciados. El contexto de Emiratos Árabes Unidos, particularmente en centros urbanos como Dubái y Abu Dabi, se caracteriza por altos niveles de ingreso y patrones de consumo asociados al estatus, la exclusividad y la construcción simbólica de valor. Diversos estudios sobre consumo de lujo señalan que en estos mercados el valor percibido no se limita al objeto en sí, sino a los significados culturales y sociales que lo rodean (Hennigs et al., 2012). Desde esta perspectiva, la lógica dominante del servicio plantea que el valor emerge de la experiencia y la interacción con el consumidor, más que del producto aislado (Vargo & Lusch, 2004). Bajo este enfoque, bienes colombianos como el café de origen o las esmeraldas cuentan con atributos narrativos y culturales que podrían facilitar su inserción en segmentos aspiracionales. Sin embargo, los resultados sugieren que esta afinidad no se ha traducido en una estrategia consistente de posicionamiento, lo que debilita la construcción de una propuesta país orientada al lujo y limita la consolidación de un imaginario premium en el mercado emiratí.

En cuanto a la hipótesis H3 (Los acuerdos bilaterales aumentan la inversión emiratí), se evidencia una discrepancia entre el marco normativo favorable y el comportamiento real de los flujos de inversión extranjera directa. Instrumentos como el Tratado Bilateral de Inversión (2017), el Convenio para evitar la Doble Tributación (2017) y el Acuerdo de Asociación Económica Integral (CEPA, 2024) constituyen avances formales en la institucionalización de la relación económica. Sin embargo, los datos no muestran un incremento proporcional sostenido en la inversión proveniente de Emiratos. Según Okano-Heijmans (2011), la diplomacia económica requiere coherencia entre política exterior y condiciones internas para generar resultados efectivos. Factores como carga tributaria, estabilidad regulatoria y percepción de riesgo influyen directamente en la decisión de inversión, lo que explica la confirmación parcial o refutación relativa de esta hipótesis.

Por otra parte, la hipótesis H4 (La identidad cultural es ventaja estratégica) encuentra respaldo en el análisis cualitativo. Colombia posee activos culturales diferenciadores — biodiversidad, tradición artesanal, gastronomía y turismo experiencial— que pueden convertirse en instrumentos de poder blando. De acuerdo con Nye (2004), el poder blando se fundamenta en la capacidad de atraer mediante cultura, valores e imagen internacional. No obstante, los resultados muestran que estos elementos no están plenamente integrados dentro de una estrategia sistemática de diplomacia económica. La falta de articulación entre promoción cultural y posicionamiento comercial reduce la capacidad del país para transformar identidad en ventaja estratégica consolidada.

En términos generales, la discusión permite identificar una brecha estructural entre crecimiento comercial y posicionamiento estratégico. La relación bilateral avanza en cifras, pero no presenta evidencia suficiente de sofisticación productiva ni integración coherente entre instrumentos diplomáticos y estrategias de marketing internacional. Tal como señalan Abreo, Carrillo y Pédussel (2024), la atracción de inversión y la consolidación de alianzas estratégicas dependen no solo de acuerdos formales, sino de condiciones estructurales internas y claridad estratégica.

Por consiguiente, los hallazgos confirman que la integración efectiva entre diplomacia económica y marketing internacional constituye una condición necesaria para transformar la relación Colombia, Emiratos en una alianza de mayor valor agregado. Sin dicha integración, el comercio continuará creciendo de manera lineal, pero sin generar un posicionamiento estructural que permita competir en segmentos de alto valor dentro del mercado emiratí.

Tabla 4. *Hipótesis*

Hipótesis	Resultado	Interpretación
H1. Crecimiento comercial fortalecimiento bilateral	= Parcialmente confirmada	Hay crecimiento, pero no diversificación estratégica.
H2. Cultura del lujo favorece productos colombianos	Confirmada	Existe compatibilidad, pero falta estrategia de país.
H3. Acuerdos bilaterales aumentan la inversión emiratí	Parcialmente refutada	Los acuerdos existen, pero la inversión baja por factores internos.
H4. Identidad cultural es ventaja estratégica	Confirmada	Colombia tiene diferenciación cultural, pero no la integra en su diplomacia económica.

Conclusiones

Al culminar el ejercicio de análisis, se ha puesto en evidencia que la relación comercial entre Colombia y los Emiratos Árabes Unidos no puede ser entendida únicamente desde el crecimiento numérico de las exportaciones e importaciones. Aunque las cifras muestran un avance progresivo en más de dos décadas, con una balanza comercial que se ha mantenido favorable para Colombia, lo realmente significativo ha sido la manera en que esa estabilidad ha abierto puertas hacia nuevas oportunidades de cooperación y diversificación económica.

Se ha reconocido que Colombia ha sido posicionada como un socio estratégico dentro de América Latina, capaz de ofrecer no solo materias primas de alta calidad como café, flores, esmeraldas o carbón, sino también una riqueza cultural y creativa que resulta atractiva para un mercado como el emiratí, donde el desarrollo económico es parte esencial del estilo de vida. Se ha comprendido que este potencial no radica únicamente en el incremento de las ventas, sino en la posibilidad de transformar lo colombiano en un símbolo aspiracional con alcance global.

A partir de los datos observados, se ha confirmado que la confianza bilateral ha sido fortalecida de manera sostenida. La estabilidad de la balanza comercial ha sido interpretada como una señal de que el terreno se encuentra listo para la incorporación de bienes y servicios con mayor valor agregado. Se ha resaltado que las experiencias de lujo, la moda de autor, la gastronomía de alta gama y el turismo premium representan sectores en los que Colombia puede diferenciarse, aprovechando tanto su autenticidad cultural como la tendencia emiratí de consumir exclusividad y prestigio.

Se ha entendido, además, que la oportunidad no depende únicamente de la oferta de productos, sino también de la capacidad institucional y diplomática para crear un marco de confianza que facilite las inversiones y la cooperación bilateral. Aspectos normativos, acuerdos bilaterales, regulaciones y factores sociales han sido reconocidos como piezas fundamentales para que la expansión del comercio hacia sectores exclusivos sea sostenible en el tiempo.

De igual manera, se ha considerado que la riqueza natural y cultural del país puede ser proyectada como un activo diferenciador. Se ha planteado que el potencial agrícola y floricultor, podrían reforzar su reputación mundial; que el café de origen servido como experiencia exclusiva podría posicionarse en mercados de alto poder adquisitivo; que el turismo en lugares como el

Caribe, el Eje Cafetero o la Amazonía, si es diseñado bajo estándares premium, podría captar la atención de un consumidor emiratí acostumbrado a experiencias únicas.

En síntesis, la investigación confirma parcialmente las hipótesis planteadas: existe crecimiento comercial y compatibilidad cultural, pero no se evidencia una integración sistemática entre diplomacia económica y marketing internacional que permita transformar la relación bilateral en una alianza estratégica de alto valor agregado. El desafío principal no radica en aumentar el volumen exportado, sino en sofisticar la estructura productiva y articular coherentemente los instrumentos institucionales con estrategias de posicionamiento internacional.

Se ha comprendido que el comercio bilateral no representa únicamente un flujo creciente de bienes, sino un camino hacia la consolidación de una alianza estratégica con proyección a largo plazo. Se ha identificado que, gracias a la estabilidad comercial alcanzada, Colombia tiene la posibilidad de dar un salto hacia sectores de específicos del mercado que fortalezcan su economía, eleven su imagen internacional y generen un vínculo más sólido con un socio global que valora la innovación, la exclusividad y el prestigio.

En este sentido, la experiencia empírica derivada del viaje institucional adquiere un valor analítico cuando es contrastada con evidencia estadística y marcos conceptuales contemporáneos. La triangulación realizada permite trascender la narrativa descriptiva para situar el caso dentro de debates actuales sobre diplomacia económica, branding país y mercados aspiracionales. De esta manera, el estudio no solo documenta una experiencia bilateral, sino que aporta una lectura académica sobre los desafíos de América Latina en su inserción en economías de alto valor simbólico.

Referencias Bibliográficas

- Abreo, C., Carrillo, E., & Pédussel Wu, J. (2024). *Análisis empírico de los factores determinantes de la entrada de inversión extranjera directa en Colombia*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://hdl.handle.net/11362/80848>
- Al Attrach, F. E. C., & Guerrero, J. A. O. (2022). Colombia y Emiratos Árabes Unidos. Una visión desde la integración económica y los negocios internacionales. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 7(13), 1-17. <https://doi.org/10.18041/2539-3669/gestionlibre.13.2022.8791>

- Anholt, S. (2020). Nation branding: Concepts, issues, practice. *Place Branding and Public Diplomacy*, 16(3), 191–193.
- Apellaniz Simón, I. (2024). El fenómeno del lujo silencioso. Universidad del País Vasco. https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/70147/TFG_IratiApellanizSimon.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Avendaño Arias, J. A. (2021). Crónica de una utopía urbana: arabópolis de Abu Dabi, una ciudad emiratí en un contexto de cambio ambiental global. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 30(2), 297-317. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v30n2.88640>
- Bayne, N., & Woolcock, S. (2023). *The new economic diplomacy: Decision-making and negotiation in international economic relations* (5th ed.). Routledge.
- Candela-Cuadros, B. L., & Cañadulce-Rangel, L. A. (2023). Oportunidades Comerciales para Colombia con los acuerdos comerciales: Reino Unido, Singapur. [Trabajo de grado, *Universitaria Agustiniiana*]. *Repositorio Institucional*. <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/2371>
- De Moya-Guerra, L. (2024). La viuda migrante de Zahlé y sus hijos: migración árabe a Barranquilla, Colombia, 1900-1945. *Península*, 19(1), 157-178. <https://doi.org/10.22201/cephcis.25942743e.2024.19.1.87320>
- Díaz Arrieta, I. M., Palencia Del Valle, Z., Vidal, J. E., Árabes, C., & Socioeconómico, D. (2022). *Los árabes en el desarrollo socio-económico de Maicao, La Guajira-Colombia*. Universidad de La Guajira. <https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/handle/uniguajira/712>
- Díaz Bolívar, S., & Bustamante Rúa, M. M. (2022). Análisis de los sistemas de solución de conflictos en línea en el mundo y propuesta para su implementación en Colombia. *Revista chilena de derecho y tecnología*, 11(2), 245-276. <http://dx.doi.org/10.5354/0719-2584.2021.66688>
- Dinnie, K. (2021). Nation branding: Concepts, issues, practice (3rd ed.). Routledge.
- Gereffi, G. (2019). Global value chains and international development policy. *Journal of International Business Policy*, 2(3), 195–210. <https://doi.org/10.1057/s42214-019-00028-7>

- Hausmann, R., Hidalgo, C. A., Bustos, S., Coscia, M., Chung, S., Jiménez, J., ... Yildirim, M. A. (2014). *The Atlas of Economic Complexity: Mapping paths to prosperity*. MIT Press. https://oec.world/pdf/AtlasOfEconomicComplexity_Part_I.pdf
- Kapferer, J. N. (2022). *The luxury strategy* (2nd ed.). Kogan Page.
- Arias Llano, G. M. (2025). Estrategia de comunicación digital para posicionar valores de la marca Human ID Jeans en el mercado colombiano. *Cuaderno Javeriano de Comunicación*, (22), 13.39. <http://revistas.javerianacali.edu.co/index.php/cuadernojaverianodecomunicacion/article/view/1850>
- Mañosca Correa, J., & Ganem Abi Mussa, S. L. (2024). Análisis de las exportaciones de Colombia a los países del grupo BRICS durante 2015 y 2024. [Trabajo de grado, Universidad del Bosque]. Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12495/15805>
- Nye, J. S. (2021). Soft power: The evolution of a concept. *Journal of Political Power*, 14(1), 196–208. <https://doi.org/10.1080/2158379X.2021.1879572>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). (2022). *Latin American Economic Outlook 2022: Towards a green and just transition*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/3d5554fc-en>
- Okano-Heijmans, M. (2011). Conceptualizing economic diplomacy: The crossroads of international relations, economics, IPE and diplomatic studies. *The Hague Journal of Diplomacy*, 6(1), 7–36. <https://doi.org/10.1163/187119111X566742>
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93. <https://hbr.org/2008/01/the-five-competitive-forces-that-shape-strategy>
- Posada Valderrama, J. D. (2023). Inversión extranjera y soberanía estatal: tensiones y reacciones en la evolución de la Cláusula de la Nación más Favorecida desde una perspectiva colombiana. [Trabajo de grado, Universidad de los Andes]. Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/1992/73246>
- Rana, K. S. (2022). *Economic diplomacy: India's experience*. Springer.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). (2023). *World Investment Report 2023*. United Nations. <https://unctad.org/publication/world-investment-report-2023>

- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1–17. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036>
- Villegas, A. I. A. (2022). Cargas tributarias generadoras de evasión fiscal en Colombia. *Revista Colombiana de Contabilidad-ASFACOP*, 10(20), 1-23. <https://doi.org/10.56241/asf.v10n20.257>
- Wedel, M., & Kamakura, W. (2012). *Market segmentation: Conceptual and methodological foundations*. Springer.