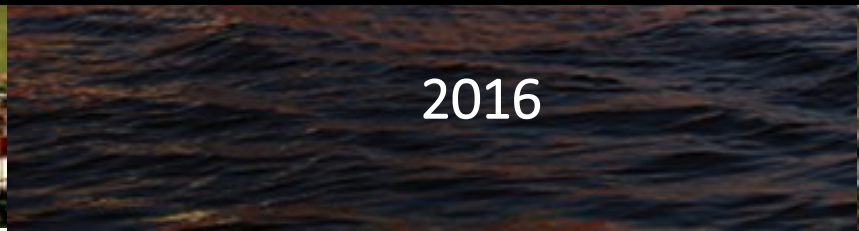




# Colombia: aliado estratégico de Brasil



2016



# Brasil

## Exportaciones



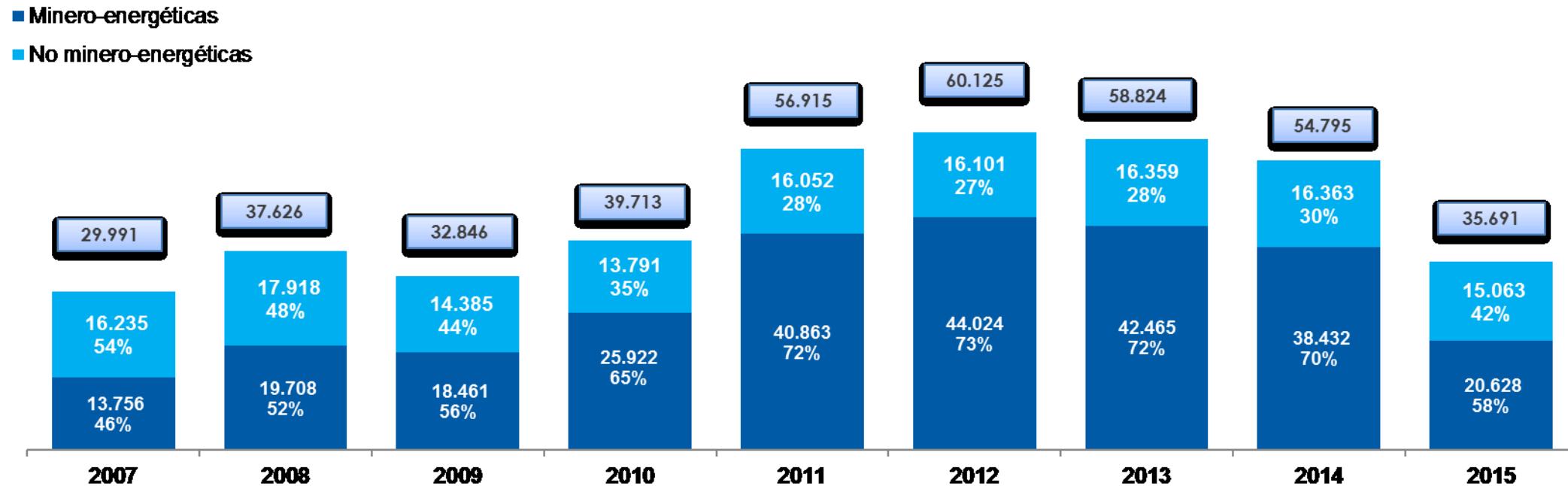


# Exportaciones



# Productos diversos de las industrias químicas, café y aceites y grasas fueron los sectores que presentaron mayor dinamismo en sus exportaciones durante 2015

## Evolución de las exportaciones en Colombia, 2007 – 2015

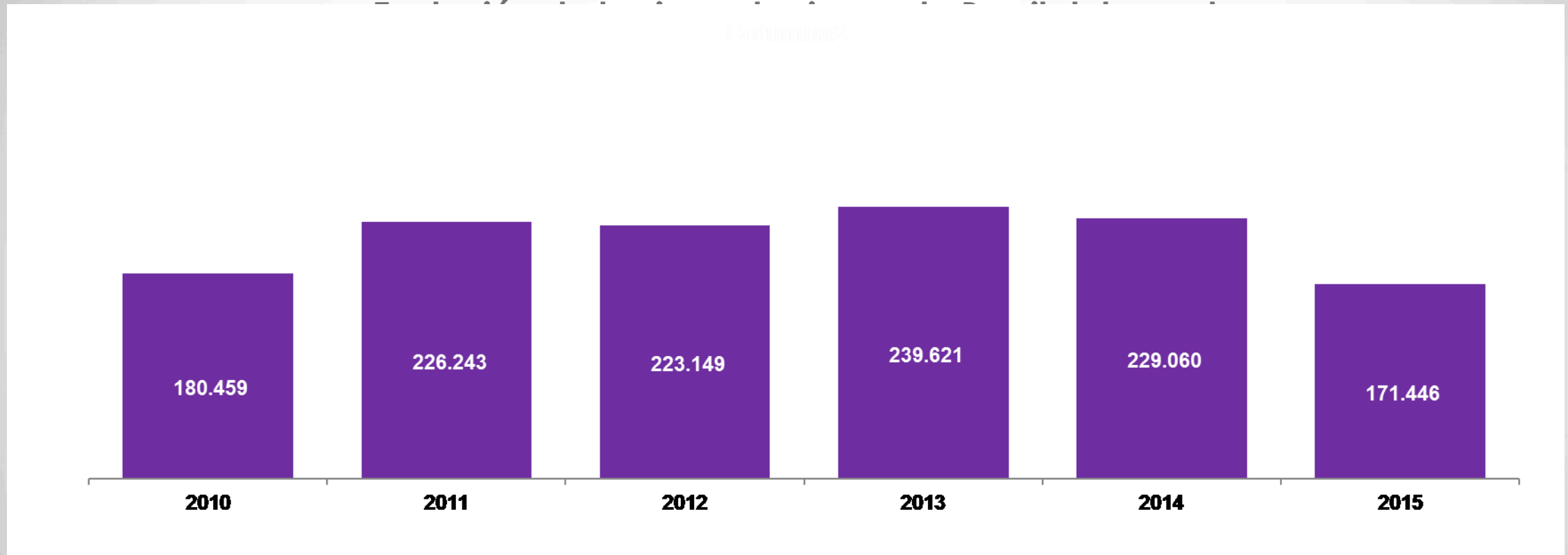


La participación de las exportaciones en los sectores no minero-energéticos ha aumentado en los últimos 3 años



**Brasil**

En los últimos 5 años las importaciones del mundo de Brasil sumaron en promedio los US\$211.663 millones



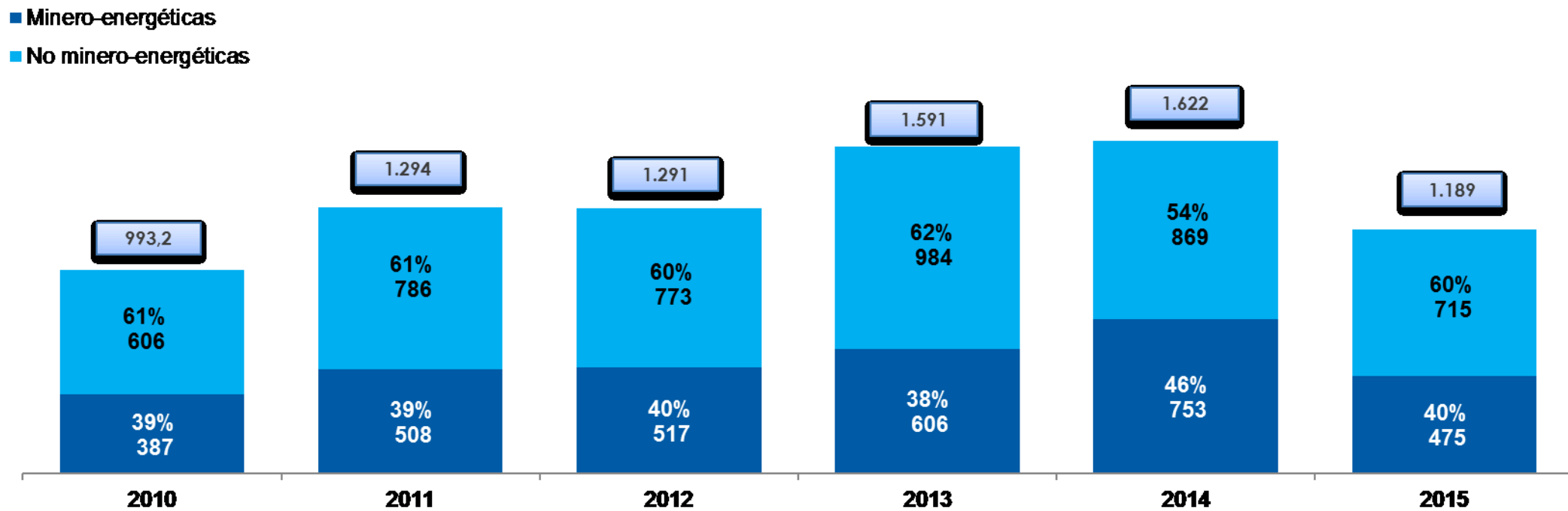
En 2015 Brasil importó del mundo US\$ 171.446 millones ubicándose entre los 30 mayores importadores del mundo, siendo los principales países proveedores China (18%), Estados Unidos (15,6%) y Alemania (6%).



# Los sectores químico y agrícola

presentaron mayor dinamismo en las exportaciones hacia Brasil durante 2015

## Evolución de las exportaciones hacia Brasil, 2010 – 2015



La participación de las exportaciones en los sectores no minero-energéticos aumentó en el último año

El plástico en formas primarias es el principal producto exportado hacia Brasil, seguido por productos diversos de la industrias químicas.

### Exportaciones no minero-energéticas hacia Brasil

Subsector	2014 US\$FOB	2015 US\$FOB	Var.% 14/15	Par.% 2015	2015(ene-abr) US\$FOB	2016(ene-abr) US\$FOB	Var.% 15/16	Par.% 2016
Plástico en formas primarias	344.094.460	254.399.958	-26,1%	35,6%	106.790.525	52.890.477	-50,5%	42,5%
Productos diversos de las industrias químicas.	104.695.430	190.186.638	81,7%	26,6%	15.641.362	10.221.392	-34,7%	8,2%
Metalurgia	50.284.977	42.139.168	-16,2%	5,9%	18.688.317	7.869.760	-57,9%	6,3%
Llantas y neumaticos	39.587.088	24.082.478	-39,2%	3,4%	12.181.565	4.116.815	-66,2%	3,3%
Articulos del hogar	22.818.799	20.588.442	-9,8%	2,9%	8.080.252	5.045.821	-37,6%	4,1%
Manufacturas de hierro o acero	31.438.551	18.962.328	-39,7%	2,7%	6.834.909	2.566.594	-62,4%	2,1%
Aceites y grasas	24.263.279	17.873.855	-26,3%	2,5%	5.831.112	199.357	-96,6%	0,2%
Textiles	24.410.867	17.638.718	-27,7%	2,5%	7.146.778	4.704.599	-34,2%	3,8%
Cosmeticos y productos de aseo	16.367.689	15.000.952	-8,4%	2,1%	4.801.643	3.122.010	-35,0%	2,5%
Productos químicos orgánicos	12.032.396	9.116.409	-24,2%	1,3%	3.149.970	3.335.597	5,9%	2,7%
Otros	199.141.527	105.020.444	-47,3%	14,7%	37.937.542	30.483.093	-19,6%	24,5%
<b>Total general</b>	<b>869.135.063</b>	<b>715.009.390</b>	<b>-17,7%</b>	<b>100%</b>	<b>227.083.974</b>	<b>124.555.514</b>	<b>-45,2%</b>	<b>100%</b>



# Oportunidades de exportación identificadas para Brasil



## Agroindustria

- Aceites y grasas*
- Alimentos para animales*
- Bebidas alcohólicas y no alcohólicas*
- Derivados del cacao*
- Derivados del café*
- Flores frescas*
- Frutas frescas (Granadilla, Gulupa, Uchuva)*
- Preparaciones alimenticias diversas*
- Productos de confitería*
- Productos de panadería y molinería*
- Quinua*
- Semillas y frutos oleaginosos*
- Tilapia y Trucha*



## Manufacturas

- Artesanías*
- Artículos del hogar*
- Artículos industriales*
- Artículos promocionales*
- Autopartes*
- Cosméticos y productos de aseo*
- Dotaciones hoteleras*
- Envases/empaques*
- Extractos, pigmentos y pinturas*
- Herramientas*
- Manufacturas de hierro o acero*
- Maquinaria agrícola*
- Materiales de construcción*
- Muebles*
- Papel y cartón*
- Plástico*
- Productos farmacéuticos*
- Químicos*

# Oportunidades de exportación identificadas para Brasil



## Prendas de vestir

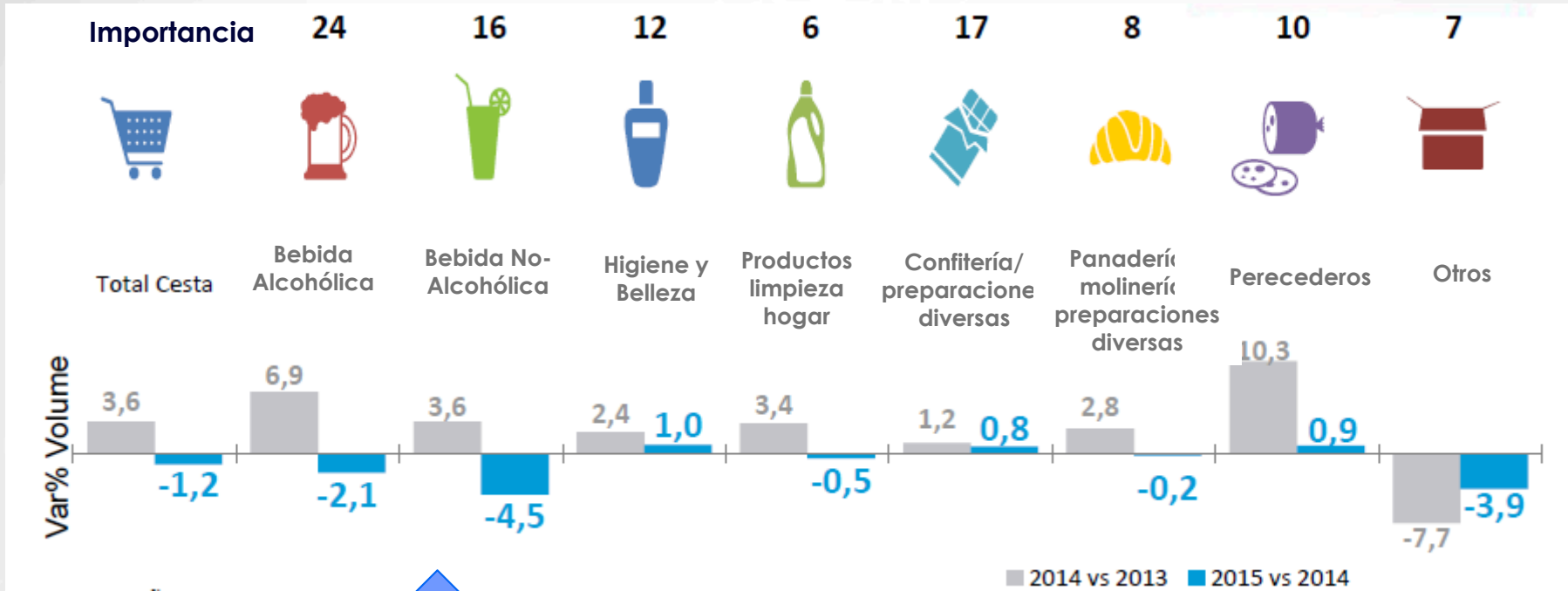
*Bisutería*  
*Jeanswear*  
*Ropa de control*  
*Ropa de hogar*  
*Ropa formal masculina*  
*Textiles e insumos*



## Servicios

*Animación digital*  
*Aplicaciones móviles /videojuegos*  
*Audiovisual (cine)*  
*Audiovisual (locaciones)*  
*Audiovisual (publicidad)*  
*Industria gráfica y editorial*  
*Servicios de ingeniería y construcción*  
*Software y TI*

# Con la retracción de la economía, la cesta básica también disminuyó...



↑

Carne (congelada e industrializada)  
 Leche y sus derivados  
 Agua mineral  
 Café instantáneo/Molido  
 Galletas  
 Azúcar  
 Salsa de Tomate

↓

Chicle  
 Whiskey  
 Aperitivos  
 Bebidas alcohólicas  
 Helado  
 Chocolate  
 Cigarillos  
 Gaseosas

Fuente:  
 Base 131 categorías de productos - Total Brasil - Nielsen: Retail Index 2015  
 Variación de volumen y precio - 2015x 2014 - Total Brasil



## Comportamiento y tendencias del consumidor en 2016

Reduce su consumo fuera del hogar buscando economía.

Diversifica canales buscando “Costo- Beneficio”.

Se reduce la frecuencia en que se hacen compras.

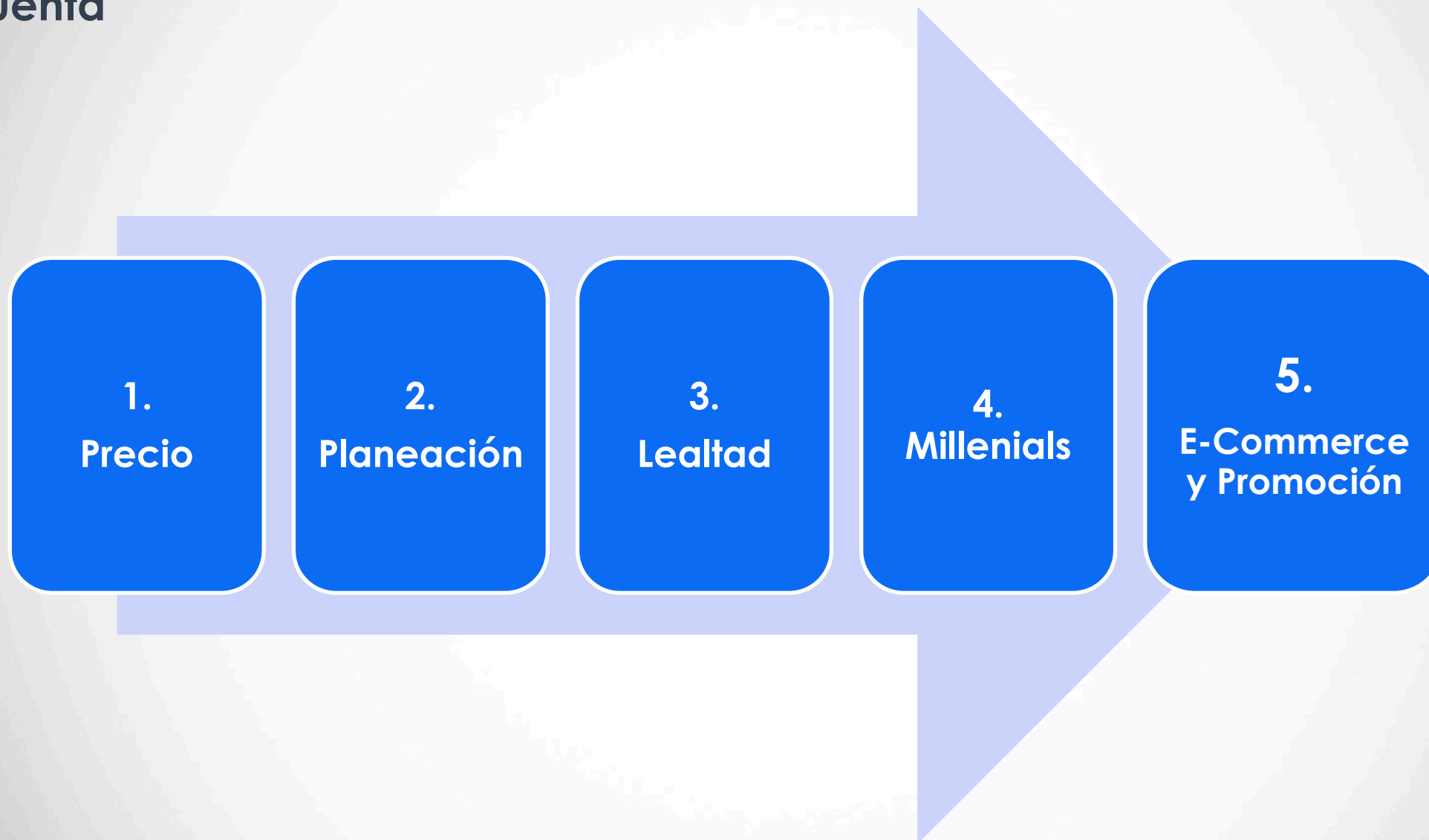
Demanda por *paquetes* económicos. “Value Pack”

Substituye marcas caras por aquellas más baratas.

Raciona la compra reduciendo el volumen de ítems.



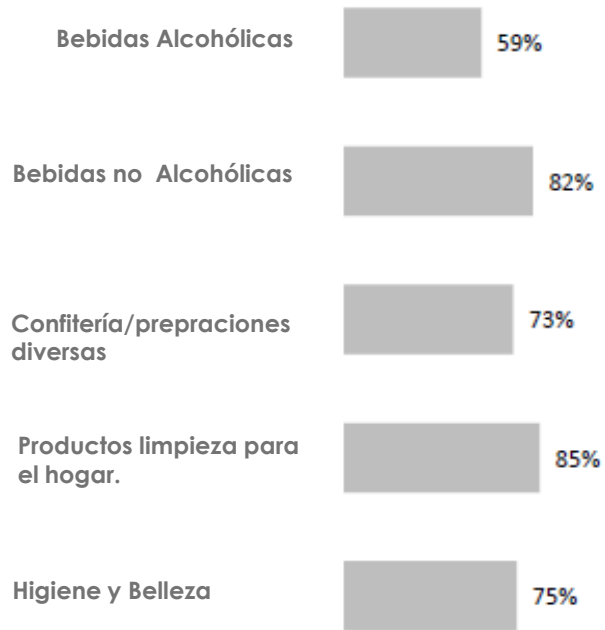
Para atender este cambio en el consumo hay 5 puntos a tener en cuenta



# 1. Precio

Con la inflación, el consumidor compara más los precios.

Del 100% del volumen promocionado, qué % sería vendido sin necesidad de una baja en los precios.



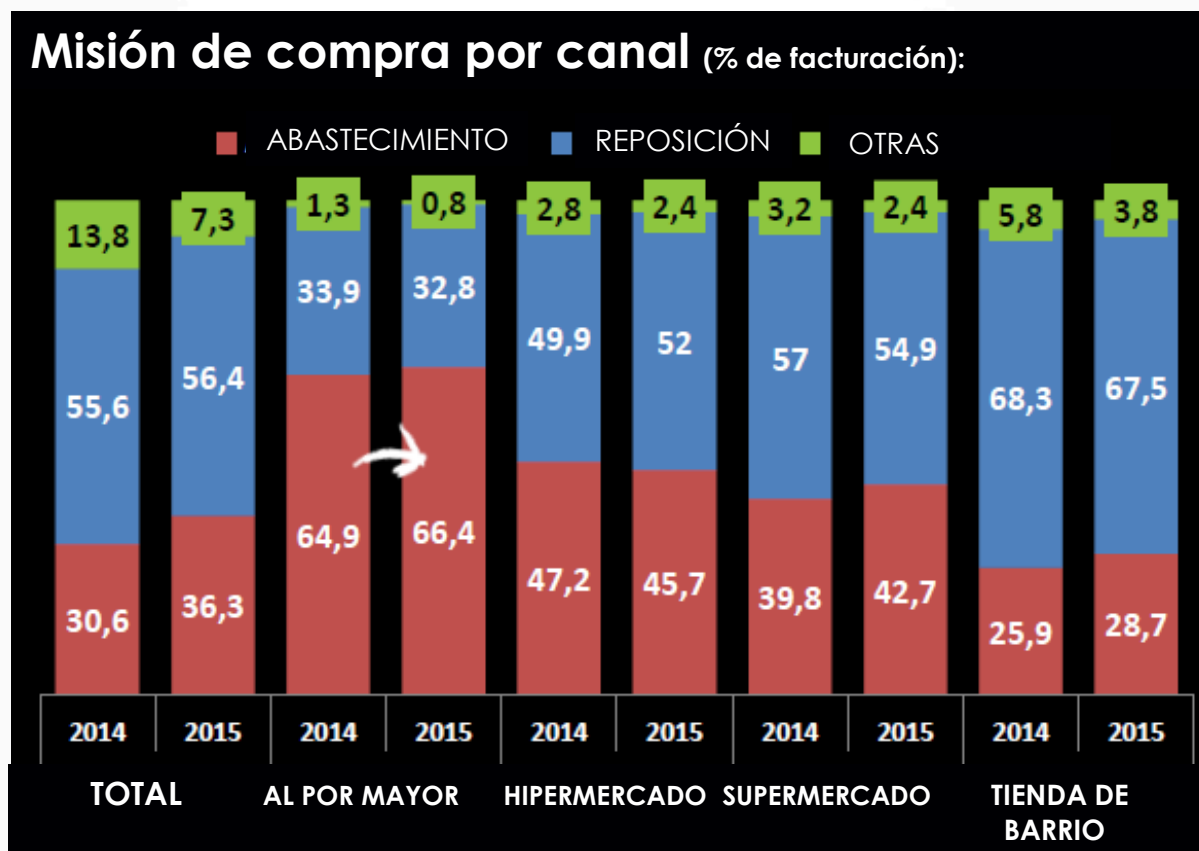
Tipos de promociones exitosas:



## 2. Planeación

El consumidor planea más a la hora de comprar con el fin de tomar la mejor decisión “costo-beneficio”.

La compra de abastecimiento que por lo general se hace la **1era semana del mes**, crece de manera general en todos los canales de venta.



Consumidor al por mayor gasta 12% menos y lleva 9% más ítems

Supermercado/ Hipermercado = Conveniencia

Tiendas de barrio, compras de último minuto, menos ítems - menos gasto

### 3. Lealtad

El consumidor está dispuesto a cambiar de marca siempre y cuando represente un ahorro en su cesta básica.

Porcentaje en que la categoría sufre con la substitución de marcas caras por unas más económicas.





## 4. Millenials y tendencia de vida saludable

Millenials  
26 a 30  
años

Compran por impulso y viven el momento.

Categorías de consumo son superfluas comparadas con la cesta básica.



Salud

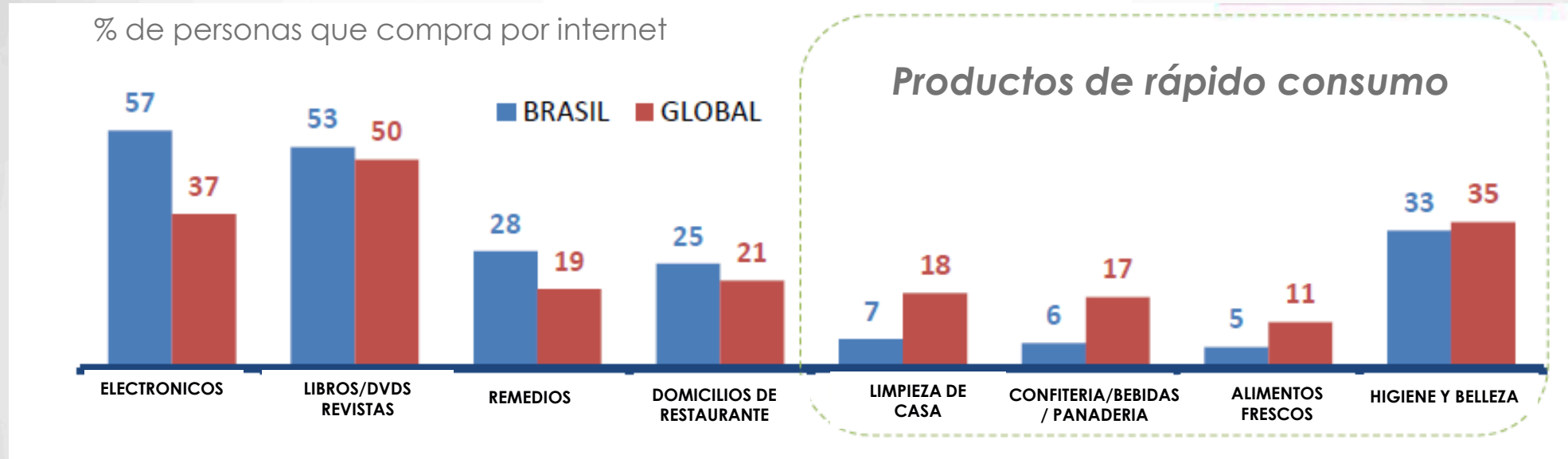
La preocupación con la salud está creciendo.

Cambio en los hábitos de consumo por comidas saludables y aumento en practica regular de deporte.  
Cultura fitness.



## 5. E-Commerce y promociones en punto de venta

Brasileño ya tiene cultura de e-commerce, el mundo digital ya es una realidad



El 83% de los hogares que adquiere productos de rápido consumo a través de internet compra productos de la categoría **Higiene y Belleza**

Productos de rápido consumo que aún no se adquieren a través de internet deben tener refuerzo en los puntos de venta con: Promociones, organización de góndolas, activaciones, surtido y novedades

TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU  
감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TER  
HANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TE  
TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU  
감사합니다 DANKE 谢谢 TE  
HANK YOU MERCI  
감사합니다 DANKE 谢谢 TE  
HANK YOU  
TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU  
감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TER  
HANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TE  
TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU  
감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TER

# GRACIAS

