Posicionamiento de productos y marcas en el Mercado europeo

PROCOLOMBIA

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

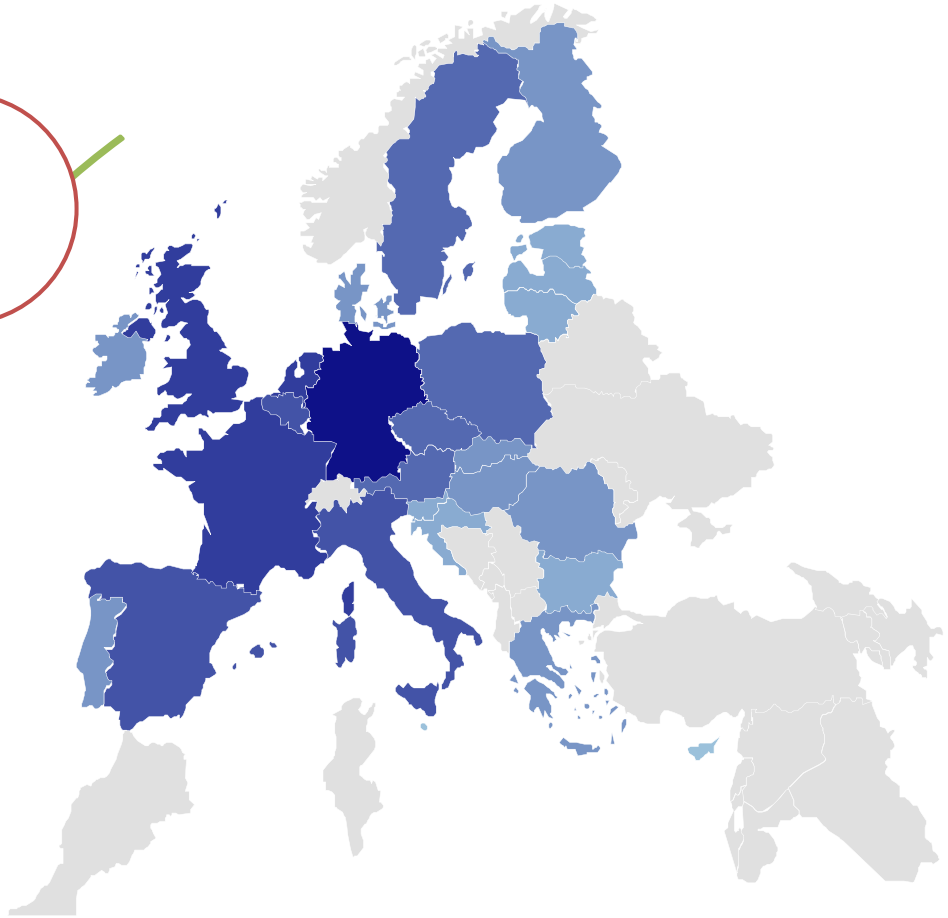
Relación comercial

Colombia - UE

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

La Unión Europea: un mercado único

- Perspectivas de crecimiento positivas en 2016.
- 28 mercados - más de 508 millones de habitantes (2014)
- PIB per cápita promedio en 2014 de US$35.672
- La Unión Europea constituye actualmente el mercado con mayor demanda de productos y servicios en el mundo.



Libre circulación de mercancías: una vez importado, el producto colombiano puede circular libremente en todo la UE

PROCOLOMBIA.CO

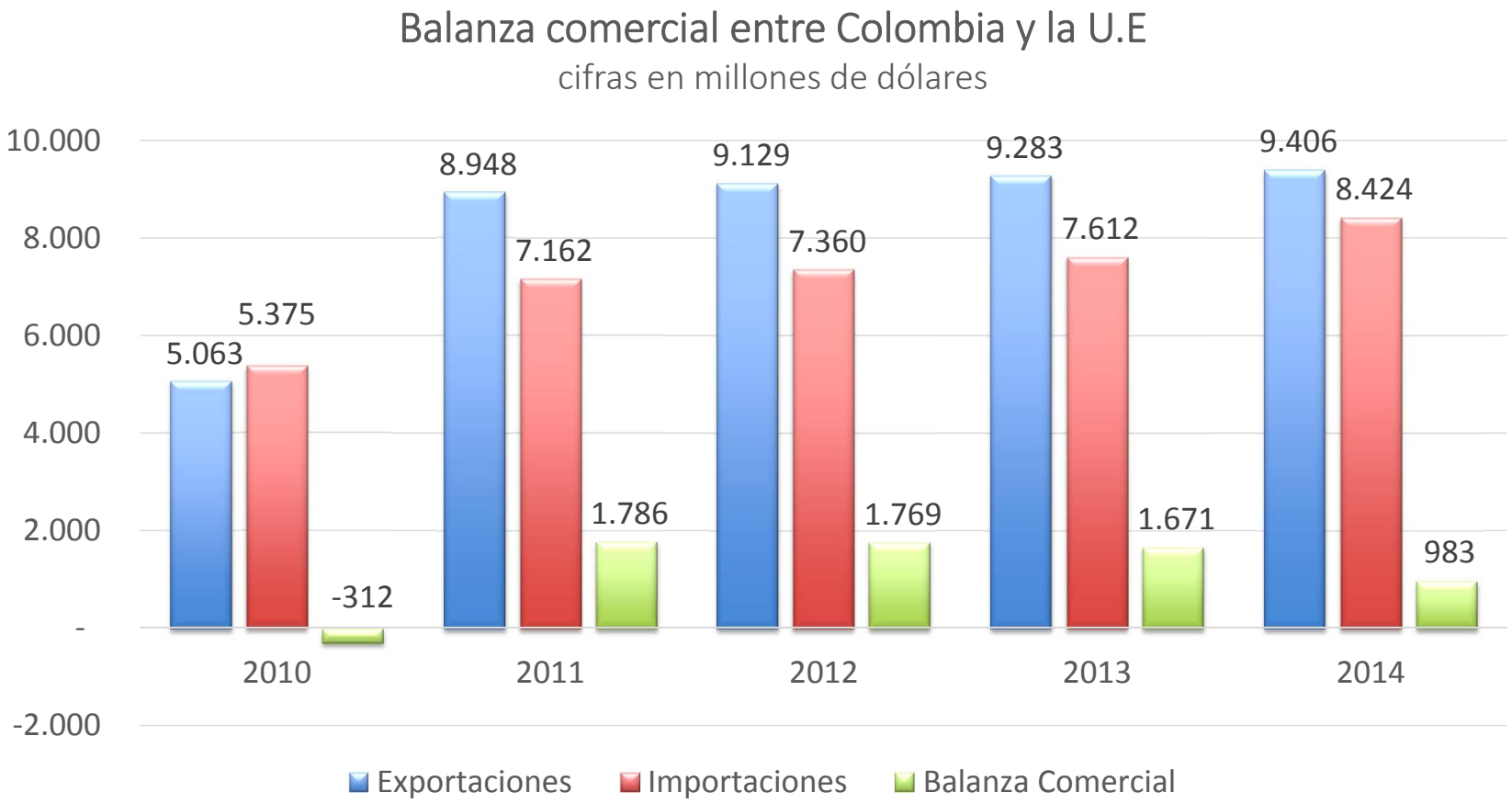
Fuente: TradeMap. Banco Mundial.

Principales aspectos del Acuerdo con la Unión Europea

- En agosto de 2013, entró en vigencia el Acuerdo Comercial entre Colombia y la Unión Europea.
- Desde el primer día de entrada en vigencia del acuerdo, el 99,9% de las sub-partidas de bienes industriales entraron sin gravamen al mercado de la Unión Europea.
- Colombia pasó de régimen preferencial unilateral y temporal a régimen bilateral estable.
- Colombia está en igualdad de condiciones con otros países que tienen actualmente tratados con la UE como México, Centroamérica y Chile.
- Estará a la vanguardia de otras economías, como China e India, y le dará una ventaja adicional en los mercados europeos.

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Delegación de la Unión Europea en Colombia. DNP.

Colombia registra superávit con la Unión Europea



Para el periodo 2010-2014, las exportaciones no minero energéticas crecieron US$620,3 millones. El 25% de las exportaciones en 2014 fueron exportaciones no mineroenergéticas (US$2.335 millones).

Fuente: DANE, Cálculos PROCOLOMBIA

Principales mercados de la UE destino de los productos no minero energéticos en 2014

España:
- US$3.263,4 millones
- Participación en la UE: 35%

• **No mineras:** US$218 millones

Productos: café, flores frescas, plástico y caucho, crustáceos y moluscos, metalurgia, cacao, cuero.

Países Bajos:
- US$2.117 millones
- Participación en la UE: 23%

• **No mineras:** US$351 millones

Productos: aceites y grasas, metalurgia, frutas, flores frescas, banano, café, confecciones.

Reino Unido:
- US$1.090,2 millones
- Participación en la UE: 12%

• **No mineras:** US$387 millones

Productos: banano, café, flores frescas, derivados del café, confecciones, artículos del hogar.

Italia:
- US$962 millones
- Participación en la UE: 10%

• **No mineras:** US$270 millones

Productos: banano, café, cuero, azúcares y mieles, maquinaria industrial, productos procesados el mar.

Fuente: DANE. Cálculos PROCOLOMBIA

Oportunidades

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Oportunidades
Agroindustria

En 2014, Colombia exportó US$1.988 millones en productos agroindustriales a la UE (24% más que en 2013). A octubre de 2015, las exportaciones de este segmento fueron US$1.701 millones.

Los principales productos exportados para el último año fueron café, banano, aceites y grasas, flores frescas, frutas, derivados del café y azúcares y mieles.

ProColombia ha identificado oportunidades en los países de la UE para los productos de aceites y grasas, azúcares y mieles, banano (orgánico), bebidas alcohólicas y no alcohólicas, cacao, cafés especiales, derivados del cacao, derivados del café, filetes de pescado, flores y follajes, frutas frescas, frutas y hortalizas procesadas, hierbas aromáticas y especias, hortalizas frescas, peces ornamentales, preparaciones alimenticias diversas, productos de confitería, semillas y frutos oleaginosos.

Oportunidades

Manufacturas

En 2014, Colombia exportó
US$220,5 millones
en productos de manufacturas a la UE.
A octubre de 2015, las exportaciones de este segmento fueron US$147 millones.

Los principales productos exportados para el último año fueron metalurgia, plástico y caucho, maquinaria industrial, telecomunicaciones, productos farmacéuticos, artículos del hogar, extractos, pigmentos y pinturas.

ProColombia ha identificado oportunidades en los países de la UE para los productos de artesanías, artículos del hogar, artículos promocionales, envases y empaques, extractos, pigmentos y pinturas, muebles, plástico y caucho, productos farmacéuticos, productos químicos orgánicos.

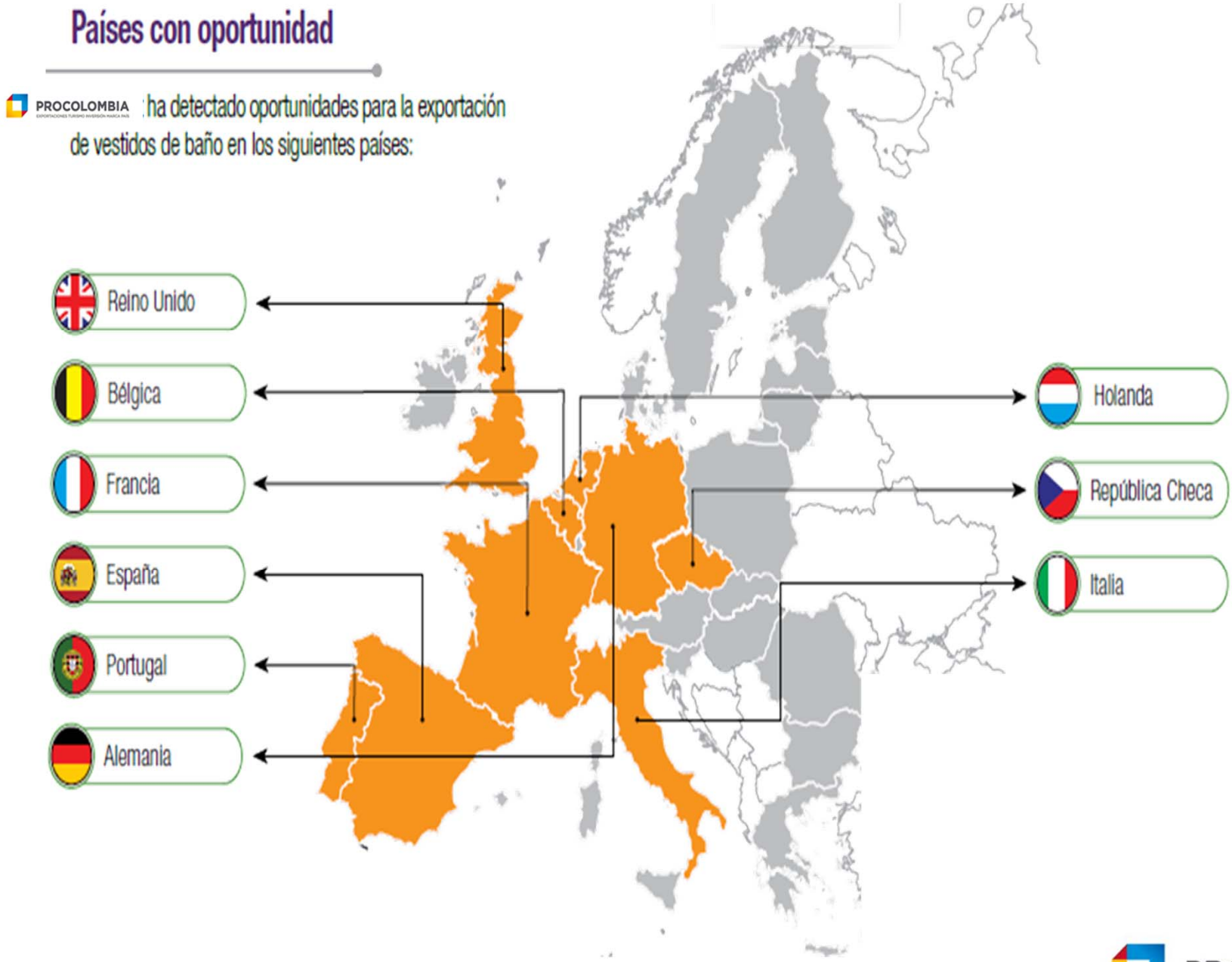
Oportunidades Prendas de vestir

En 2014, Colombia exportó US$124 millones en productos de prendas de vestir a la UE (32% más que en 2013). A octubre de 2015, las exportaciones de este segmento fueron US$84 millones.

Los principales productos exportados para el último año fueron jeans, ropa formal masculina, ropa de hogar y camisetas.

ProColombia ha identificado oportunidades en los países de la UE para los productos de bisutería, jeanswear, joyería, manufacturas de cuero, ropa casual, ropa de control, ropa de hogar, ropa deportiva, ropa formal masculina, ropa interior, textiles e insumos, uniformes y vestidos de baño.

Ejemplo: Vestidos de baño



Tendencias

Los consumidores prefieren comprar vestidos de baño en sus países y no en los destinos vacacionales esperando obtener mejores precios.

Vestidos de baño que destaquen la silueta femenina son apreciados. Hay una fuerte tendencia a la inclusión de elementos de control y estilos que hagan lucir mejor la figura.

Se ha incrementado el uso de textiles funcionales. Telas con protección UV, resistencia al cloro o secado rápido son deseadas en el mercado europeo.

Canales de distribución

Recomendaciones

para el posicionamiento en el mercado europeo

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Algunas recomendaciones para el posicionamiento en el mercado europeo

- Innovación, calidad y autenticidad
- Responsabilidad social corporativa
- Posicionamiento de marca
- Trazabilidad
- Certificaciones
- Canales no tradicionales
- Confianza

Innovación, calidad y autenticidad

El consumidor europeo quiere autenticidad y calidad.

Innovar con el fin de responder a la demanda de productos naturales, saludables y sostenibles.

Los exportadores deben considerar mejorar constantemente su propia cadena de suministro.

Consejo …

- Comercializar su producto utilizando una historia con autenticidad atraerá los compradores europeos.
- Clasificar cuidadosamente las materias primas con las que elabora su producto determina su calidad.
- Innovación para la diferenciación y competitividad

Responsabilidad social corporativa

Las empresas europeas están tomando cada vez más responsabilidad por las condiciones sociales en que se han producido sus productos.

Los consumidores esperan que las condiciones sociales sean justas en toda la cadena de valor, y a largo plazo, estos argumentos tendrán una influencia mucho más fuerte en el comportamiento de compra.

Utilización de recursos: Los importadores podrán apreciar la reducción de energía, uso eficiente del agua, reciclaje y otras iniciativas de sostenibilidad.

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Responsabilidad social corporativa

Los fabricantes europeos responden a esta tendencia cooperando estrechamente con sus proveedores . Algunos fabricantes invierten en las comunidades de los proveedores, otros mediante la prestación de asistencia técnica.

Consejo …

- Demuestre sus iniciativas de sostenibilidad en su material publicitario.
- Haga que sus productos sean trazables para los compradores.
- Garantizar y demostrar condiciones laborales justas con un código de conducta o esquema de certificación.
- Organice sus proveedores en grupos o cooperativas para facilitar las relaciones directas entre proveedores y compradores.

Posicionamiento de marca

Las marcas fuertes requieren integridad y responsabilidad.

En consecuencia, los propietarios de marcas requerirán condiciones laborales justas en sus cadenas de suministro y el cuidado del medio ambiente.

Debe tener un claro manejo de sus proveedores para proporcionar información sobre estos temas a sus compradores con el fin de hacer que la cadena de suministro transparente.

Consejo …

- Es fundamental tener información sobre los antecedentes de una marcar para entender las necesidades de su comprador .
- Revelar el contenido del producto genera confianza del comprador.
- Asegurar el abastecimiento de sus materias primas a través de incentivos a sus proveedores le ayudará a seguir produciendo la calidad que usted requiere.

Trazabilidad

Los proveedores deben garantizar la sostenibilidad de los sistemas de producción, asegurando el suministro de calidad constante.

Los exportadores tendrán que hacer sus cadenas de suministro más transparentes y asumir una mayor responsabilidad para la sostenibilidad de la producción de materia prima.

Consejo…

- Facilitar la cooperación entre sus proveedores.
- Elaborar normas y asegurarse de que sus proveedores pueden adherirse a estas normas.
- Implementar un sistema de gestión de calidad y de recursos (Si usted produce sus propias materias primas).

Certificaciones

Los compradores europeos están liderando la industria global en términos de requisitos técnicos.

Las estrictas regulaciones en Europa han obligado a la industria a buscar soluciones que incrementen la ventaja tecnológica.

Consejo…

- Desarrollar conocimientos sobre las especificaciones del producto.
- Cooperar con otros actores en el sector para establecer o capacitar a los laboratorios existentes para la identificación y comprensión de sus especificaciones de productos.
- Cooperar con otros actores del sector para mejorar sus conocimientos sobre las diferentes prácticas en sus operaciones de negocio.

Comercio electrónico

El aumento de la importancia del comercio electrónico, comercio móvil y las redes sociales hace que el mercado sea más transparente.

Nuevos desarrollos incluye mayor interconexión con el cliente.

Consejo…

- El comercio electrónico representa una oportunidad para los países en desarrollo exportadores de llegar a los consumidores fácilmente y conectarse con los compradores.
- Publicar material promocional interesante, actualizaciones en sus capacidades y las fotos de sus instalaciones y sus productos.
- Presencia en plataformas sociales como Facebook, Twitter e Instagram.
- Siga los contenidos de otras empresas en las redes sociales para entender las últimas tendencias en el mercado y aprovechar las últimas oportunidades.

Confianza

Mostrar el interés por construir relaciones comerciales a largo plazo.

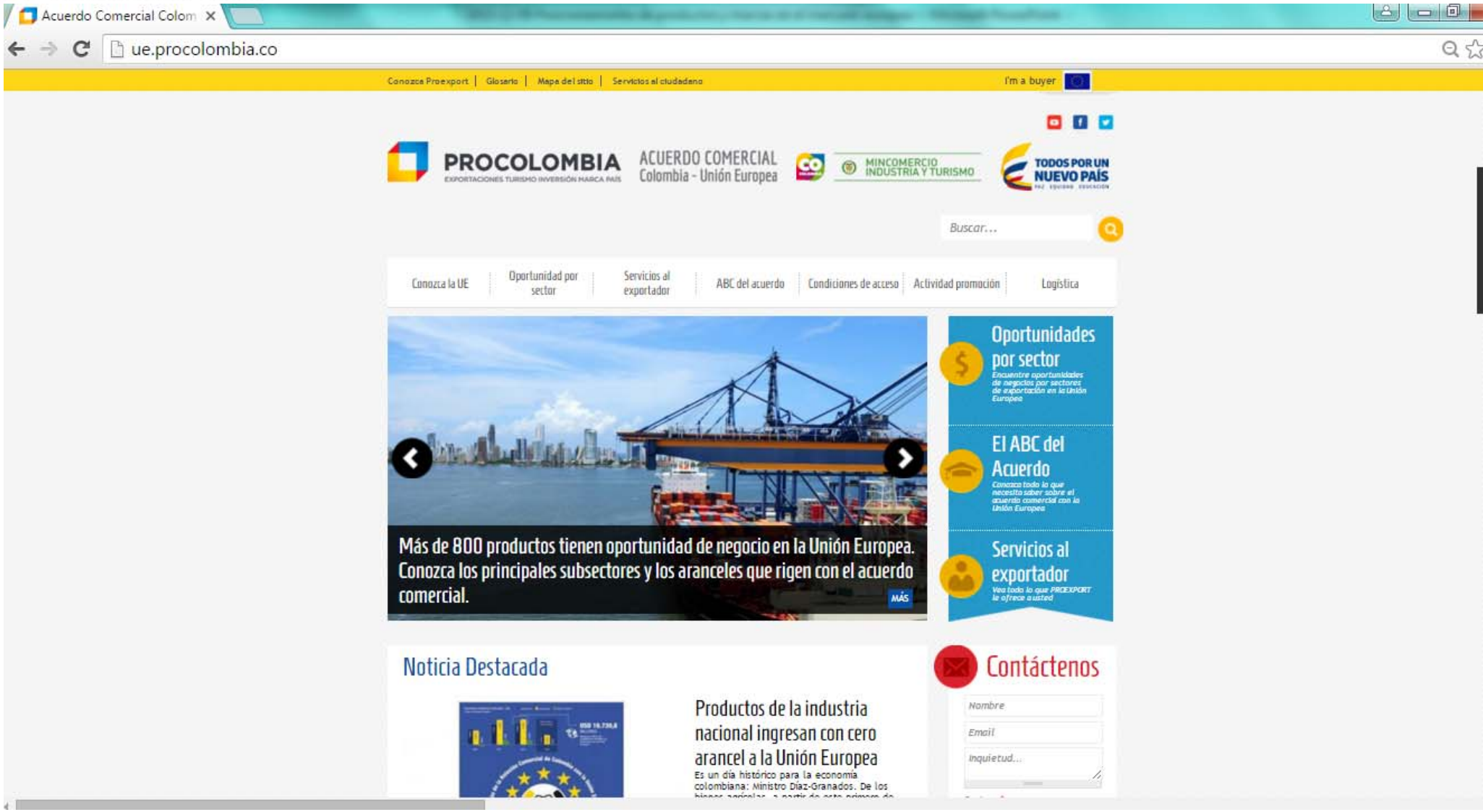
Relaciones sólidas con sus compradores para incrementar sus costes de cambio por medio de:

- Mostrar la comprensión de las necesidades de su comprador
- Cooperar con el comprador en el desarrollo de productos

ENLACES de interés

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Minisite Unión Europea - PROCOLOMBIA



Publicaciones PROCOLOMBIA

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Conozca a Proexport | Noticias | Eventos | Oficinas Comerciales

Viaje por Colombia | **Invierta** en Colombia | **Exporte** desde Colombia

Usted está en: Inicio > Publicaciones > Acuerdo Comercial Con La Unión Europea - Fascículo 2

Acuerdo Comercial con la Unión Europea - Fascículo 2

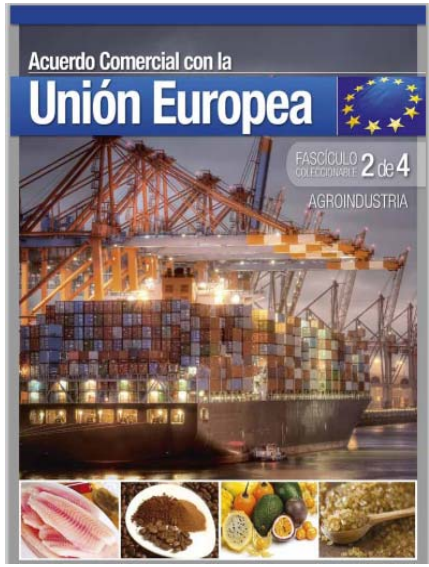
Me gusta 2 | Twittear 5

Noticias
- Noticias de Proexport
- Multimedia
- Históricos
- Publicaciones

Especiales Proexport
- 2011
  - TLC-EEUU
  - Plan de apoyo para los

AGOSTO 13, 2013

Desde la entrada en vigencia de
acuerdo comercial entre Colom
la Unión Europea (UE),
los empresarios del sector
agroindustrial incrementarán su
oportunidades de negocio en es
mercado gracias a los beneficio
arancelarios derivados del acue



Memorias Seminarios PROCOLOMBIA

Seminario Oportunidades de negocio del sector agroindustrial en la Unión Europea

Septiembre 10, 2013 - 8:00am
Septiembre 14, 2013 - 12:00pm

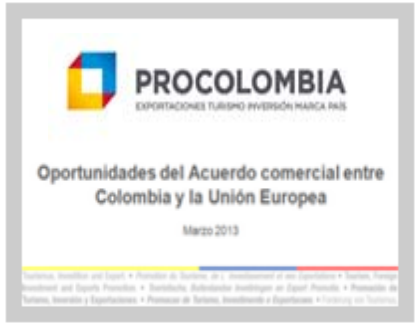
Ver la presentación

Seminario haciendo negocios con Europa

Junio 11, 2013 - 8:00am
Junio 14, 2013 - 2:00pm

Ver la presentación

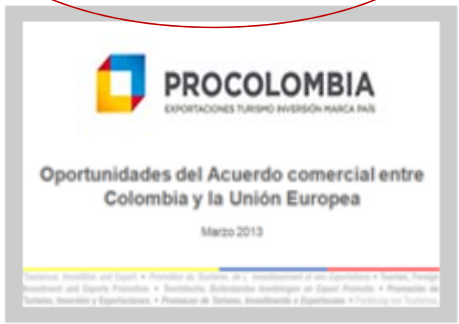
Normas de Origen para prendas de vestir en la Unión Europea



Marzo 4, 2013 (Todo el día)
Marzo 8, 2013 (Todo el día)

Ver la presentación

Condiciones de acceso para productos agroindustriales en la Unión Europea



Marzo 5, 2013 - 8:00am
Marzo 8, 2013 - 5:00pm

Ver la presentación

El sector cosmético en los mercados de Estados Unidos y la Unión Europea- aprovechamiento de los TLC

Mayo 27, 2013 - 8:15am
Mayo 29, 2013 - 3:15pm

Ver la presentación

¿Quienes somos?

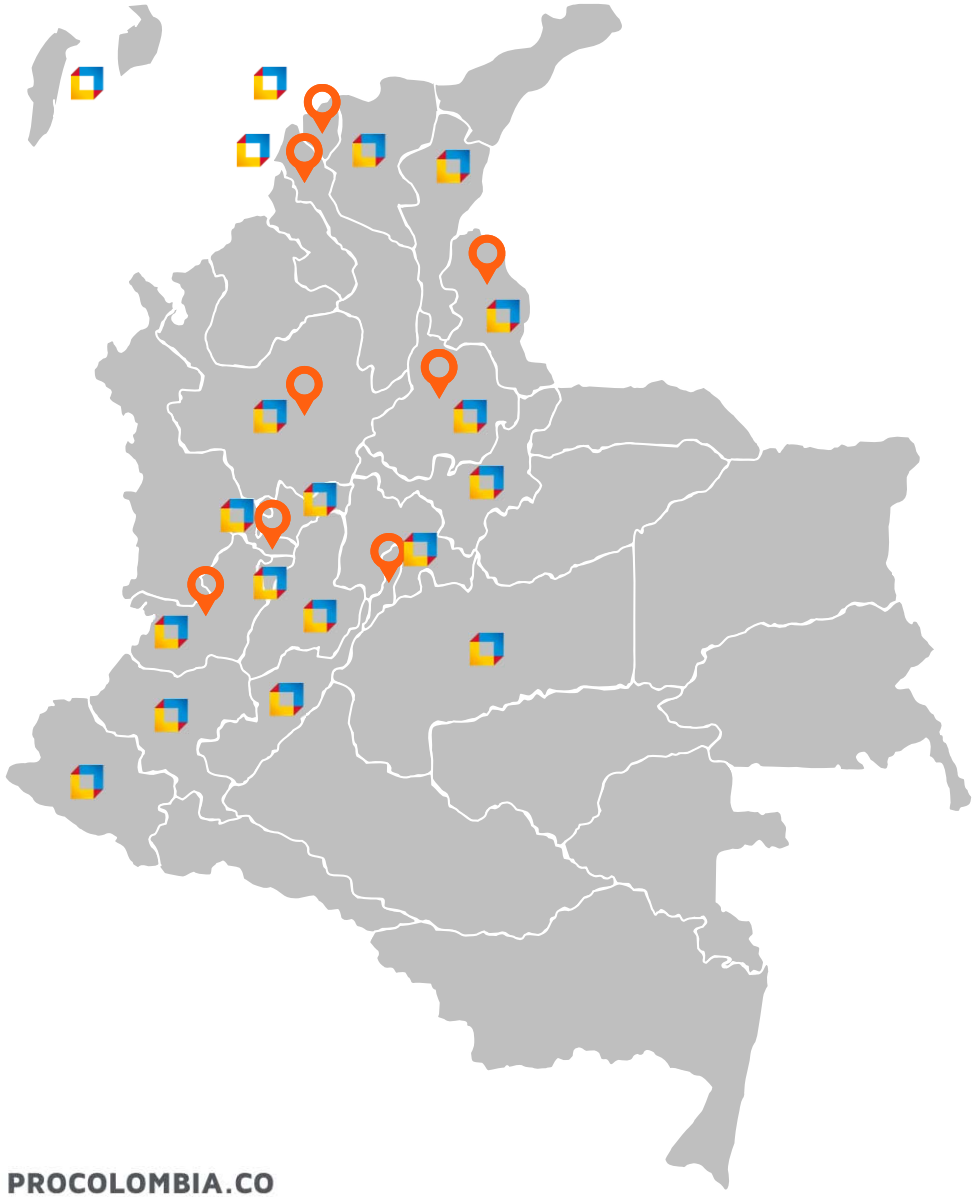
PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

¿Quiénes somos?

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

CO COLOMBIA MARCA PAÍS

PROCOLOMBIA en Colombia



25 Centros de información

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

8 Oficinas Regionales

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

PROCOLOMBIA

PROCOLOMBIA en el mundo

26 oficinas comerciales

presencia en 30 países

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

Servicios **PROCOLOMBIA**

GRACIAS

GRACIAS
MERCI
THANK YOU
OBRIGADO
DANKE
TEŞEKKÜRLER
СПАСИБО
谢谢
ありがとう
감사합니다

PROCOLOMBIA.CO

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS