



Oportunidades comerciales y perfil del consumidor latinoamericano

Cristina Camacho Passuni

ccamacho@promperu.gob.pe

04 de mayo de 2016

Lima, Perú





Oportunidades comerciales en América Latina





América Latina



América Latina

- **Mercado de tamaño importante:**
616 millones de consumidores.
- **Mercado homogéneo más grande del mundo.**
Idioma, costumbres, idiosincrasia.
- **Población con aumento del poder adquisitivo**
Segundo mayor incremento en la última década.
- **Acuerdos comerciales**
CAN, MERCOSUR, Alianza del Pacífico, México, Chile, Costa Rica, Panamá, Venezuela, Cuba.
- **Similitud en costumbres de los consumidores y en prácticas comerciales**
- **Mercado más asequible para las empresas MYPES**



Países de América Latina

País	Población Millones	PBI Billones de US\$	PBI Per cápita (ppp) US\$
Brasil	206	1 535	15 049
México	129	1 082	17 906
Colombia	49	253	14 171
Argentina	44	438	22 303
Perú	32	179	12 581
Venezuela	31	186	15 252
Chile	18	235	23 803
Guatemala	17	68	7 928
Ecuador	17	94	10 698
Bolivia	12	34	6 650
Haiti	11	8	1 784
Rep. Dominicana	10	71	15 777
Honduras	9	21	4 986
Paraguay	7	27	8 905
El Salvador	6	27	8 559
Nicaragua	6	13	5 214
Costa Rica	5	57	16 089
Panamá	4	56	22 861
Uruguay	3	53	21 944

Fuente: FMI

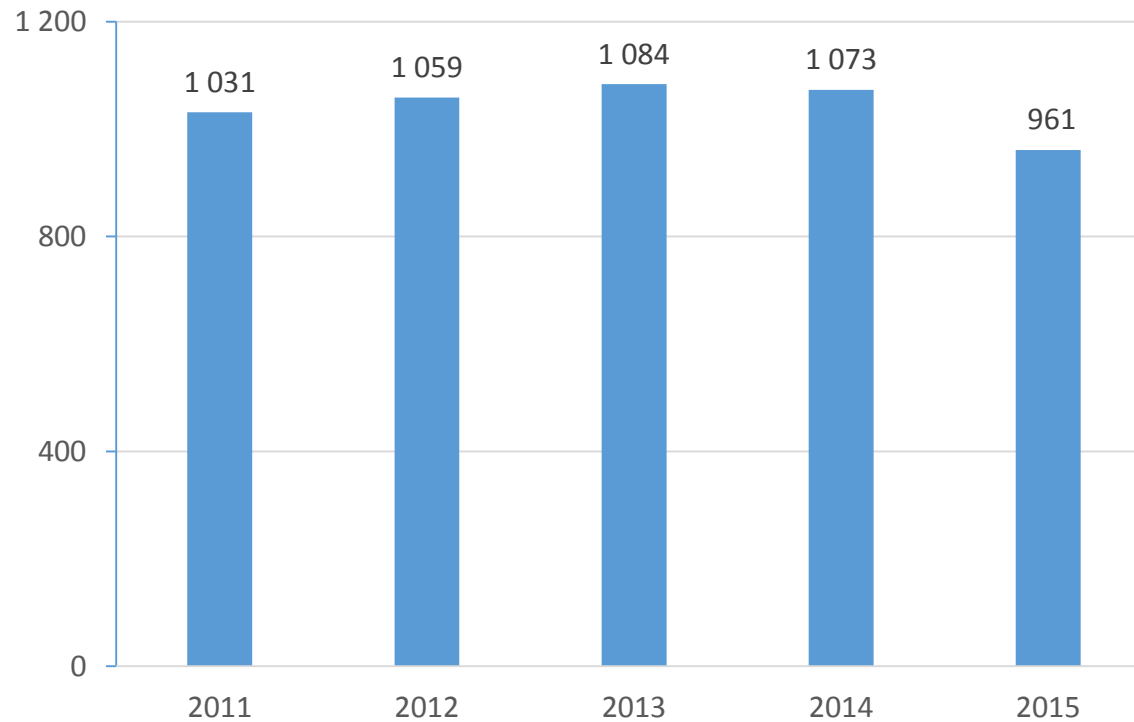


Comercio Exterior de América Latina





Importaciones Miles de millones US\$



Var.% prom.
Anual
15/11
-1,7%

Fuente: Trade Map



Importaciones por país

Millones de US\$

País	2011	2012	2013	2014	2015	Var. Prom anual 15/11
México	350 843	370 751	381 210	399 977	395 232	3,0%
Brasil	226 243	223 149	239 621	229 060	171 446	-6,7%
Chile	74 694	80 067	79 173	72 344	63 038	-4,2%
Argentina	74 319	68 507	73 655	65 323	59 787	-5,3%
Colombia	54 675	58 088	59 381	64 028	54 058	-0,3%
Perú	37 891	42 163	43 322	42 194	38 105	0,1%
Venezuela	48 726	59 073	44 952	38 074	27 790	-13,1%
Ecuador	24 286	25 197	27 064	27 515	21 387	-3,1%
Rep. Dominicana	18 156	17 430	17 845	17 752	18 965	1,1%
Guatemala	16 611	16 979	17 504	18 263	17 631	1,5%
Costa Rica	18 264	18 356	18 124	17 186	15 504	-4,0%
Panamá	21 802	12 623	13 024	13 705	12 129	-13,6%
Honduras	8 542	8 647	8 604	7 984	10 493	5,3%
El Salvador	9 965	10 270	10 772	10 513	10 415	1,1%
Paraguay	12 366	11 555	12 142	12 169	10 291	-4,5%
Bolivia	7 936	8 590	9 353	10 492	9 682	5,1%
Uruguay	10 726	11 652	11 642	10 762	9 247	-3,6%
Cuba	6 460	6 447	7 034	6 018	6 653	0,7%
Nicaragua	5 047	6 030	5 499	5 746	5 878	3,9%
Haití	3 634	3 272	3 638	4 140	3 414	-1,5%
América Latina	1 031 184	1 058 846	1 083 560	1 073 246	961 144	-1,7%

Fuente: Trade Map



Importaciones intrarregionales por país

País	Part. América Latina / Total	
	2014	2015
Paraguay	45,5%	48,3%
Nicaragua	39,3%	45,4%
Bolivia	47,6%	43,7%
Uruguay	40,2%	40,3%
Argentina	38,0%	35,1%
El Salvador	35,6%	34,4%
Guatemala	35,4%	32,0%
Ecuador	30,1%	27,8%
Rep. Dominicana	31,5%	27,0%
Perú	27,3%	26,9%
Chile	25,3%	26,0%
Colombia	27,0%	24,5%
Panamá	46,0%	20,3%
Brasil	16,7%	16,1%
México	3,9%	3,7%
Costa Rica	22,0%	
Venezuela	36,2%	

Fuente: CEPAL



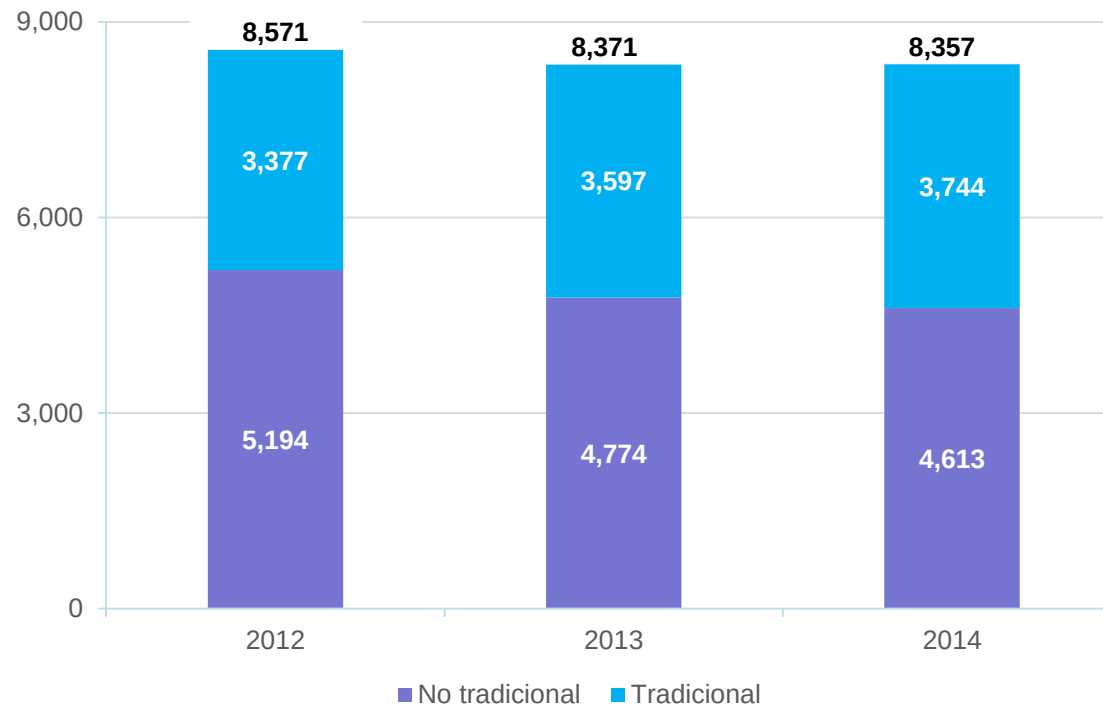


Exportaciones peruanas a América Latina



Exportaciones peruanas no tradicionales América Latina

Millones de US\$



Fuente: SUNAT.



Exportaciones peruanas no tradicionales A América Latina

Millones de US\$

Sector	2012	2013	2014
Químico	1,311	1,178	1,151
Agropecuario	698	715	828
Textil	1,248	974	814
Sidero metalúrgico	586	565	540
Metal mecánico	410	396	392
Minería no metálica	369	382	359
Maderas y papeles	313	303	287
Pesquero	143	132	113
Pieles y cueros	5	2	3
Artesanías	1	0	0
Varios (inc. joyería)	112	126	128
Total	5,194	4,774	4,613

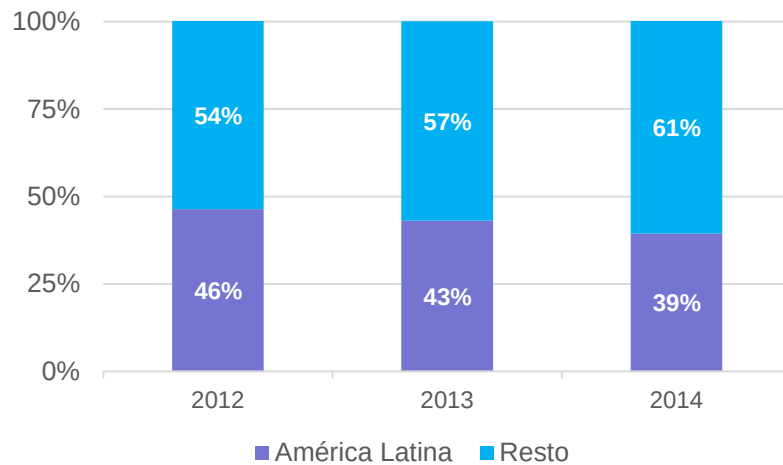
Fuente: SUNAT.



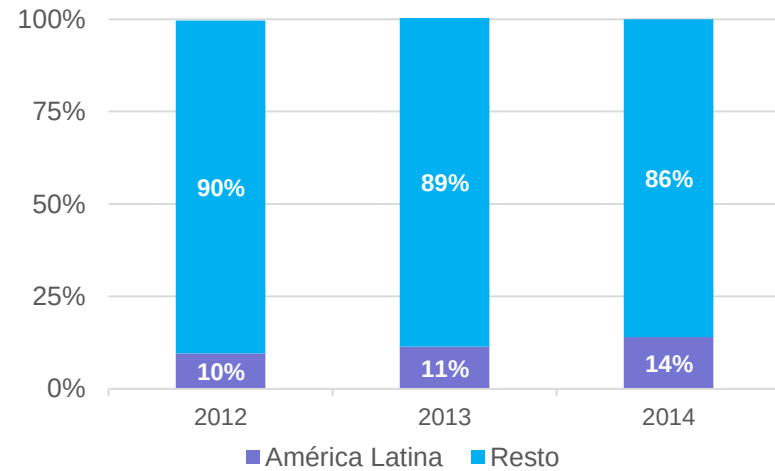
América latina es un mercado importante para los productos peruanos

Participación (%) en el total exportado por el Perú

Exportaciones No Tradicionales



Exportaciones No Tradicionales



Fuente: SUNAT.



América latina es un mercado importante para los productos peruanos

Participación (%) en el total exportado por el Perú

Tipo	2012	2013	2014
Químico	80%	78%	76%
Maderas y papeles	72%	71%	69%
Metalmecánico	74%	72%	66%
Minería no metálica	51%	53%	54%
Sidero metalúrgico	48%	46%	51%
Textil	57%	51%	45%
Artesanía	50%	20%	30%
Agropecuario	23%	21%	20%
Pesquero	14%	12%	9%
Pieles y cueros	14%	8%	7%
Varios (inc. joyería)	34%	59%	57%
Total	46%	43%	39%

Fuente: SUNAT.





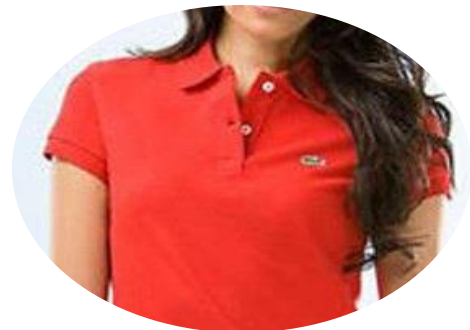
Oportunidades de exportación a América Latina



Oportunidades en Brasil



Prendas de vestir de
algodón en tejido de punto:
Polos box,
T-shirts
Prendas para bebés



Espárragos,
Alcachofas,
Aceitunas,
Limón sutil,
Palta,
Uvas,
Quinua y kiwicha,
Snacks (habas, maíz
gigante del Cusco),
Mandarina,
Tangelo.
Conchas de abanico
Pota en anillas,
Tiburón congelado,
Conservas de jurel,
Anchoas
Perico
Caballa

Oportunidades en Colombia

Uvas (red globe)
Cítricos (satsumas, clementinas)
Tangelos
Naranja valencia
Bananos
Mango (Tommy Atkins)
Cebolla blanca y roja
Merluza
Pejerrey
Lenguado
Calamar
Conchas de abanico
Trucha
Corvina



- Prendas de vestir de tejido de punto de algodón:
ropa deportiva, pijamas, sueters, ropa para bebés y niños, camisas blusas
- Prendas de vestir de tejido de punto de fibras sintéticas y artificiales:
sueters, blusas
- Otros
Mármol
pisos de madera, pisos y revestimientos cerámicos.

Oportunidades en México

- **Alimentos**
Uvas
Cebolla
Cochinilla
Tara
Espárragos
Pota



- **Prendas de vestir de tejido de punto de algodón:**
T-shirts, polo box, blusas, sueters, ropa para bebés.
- **Prendas de vestir de tejido de punto de fibras sintéticas y artificiales:**
T-shirts, camisas, blusas
- **Otros**
Alambre de cobre
Láminas de polipropileno
Madera aserrada



Comercio potencial de productos peruanos en América

Millones de US\$

Partida	Producto	2015			
		América Latina importa del Perú	Perú exporta al mundo	América Latina importa del mundo	Comercio potencial
090111	Café sin tostar, sin descafeinar.	20	580	417	397
080610	Uvas frescas	47	690	332	285
610910	Camisetas de punto de algodón, para mujeres	45	281	1 140	236
080390	Plátanos frescos o secos	0	145	310	145
030617	Camarones y langostinos congelados	0	145	189	145
251010	Fosfatos de calcio naturales	129	347	264	135
180100	Cacao en grano, entero, partido crudo, tostado.	3	192	130	127
610510	Camisas de punto de algodón, para hombres	47	158	270	111
080440	Paltas (aguacates)	18	304	94	76
440929	Madera, incluso tablillas, frisos para parqués	3	71	148	68
740710	Barras y perfiles de cobre refinado	7	66	115	60
030489	Filetes de pescado congelados, nep	3	62	64	59
611020	Sueteres, jerseis similares	4	60	512	56
070310	Cebollas frescos o refrigerados	9	63	166	55
711319	Joyería de otros metales preciosos	1	52	807	51
281700	Oxido de zinc; peroxido de cinc.	12	58	82	46
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	1	43	112	42
	Todos los productos	6 250	33 245	961 144	26 995

• Fuente: SUNAT.

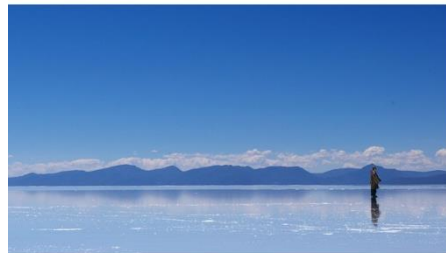


Perfil del consumidor en América Latina





América Latina



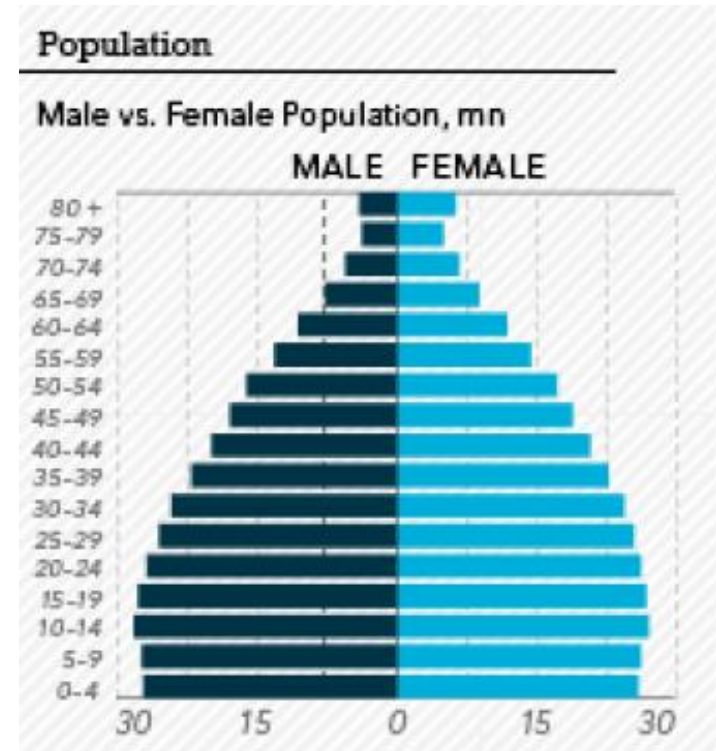
América Latina - Población

- 620 millones de personas
- Edad promedio: 29.1 años
- Población **principalmente urbana**
- Población **principalmente en edad de trabajar.**
- 175 millones de hogares.
- Tamaño promedio del hogar: 3.6 personas

Hogares

- Más de 5 personas: 25%
- 4 personas: 20%
- 3 personas: 22%
- 2 personas: 20%
- 1 personas: 14%

Fuente: Euromonitor International



América Latina

Tipos de gastos Participación %

Tipo gasto	Argentina	Bolivia	Brazil	Chile	Colombia	Costa Rica	Rep. Domin.	Ecuador	Guatemala	Mexico	Peru	Uruguay	Venezuela
Alimentos y bebidas	20%	28%	16%	15%	18%	20%	23%	23%	41%	23%	36%	18%	20%
Bebidas alcohólicas, tabaco	4%	2%	2%	3%	3%	1%	4%	1%	2%	3%	6%	1%	4%
Prendas de vestir y calzado	3%	3%	4%	5%	6%	5%	4%	7%	5%	3%	4%	3%	5%
Vivienda	18%	12%	18%	12%	16%	9%	11%	11%	14%	19%	17%	27%	13%
Produc. servicios para hogar	3%	7%	9%	8%	4%	6%	5%	6%	6%	5%	4%	4%	6%
Produc. servicios médicos	10%	4%	9%	7%	3%	7%	4%	7%	4%	4%	10%	4%	7%
Transporte	10%	20%	15%	13%	13%	17%	27%	12%	7%	20%	9%	11%	13%
Comunicaciones	6%	4%	3%	4%	4%	5%	4%	6%	9%	4%	3%	5%	7%
Ocio y recreación	5%	2%	4%	8%	5%	7%	2%	6%	3%	5%	2%	7%	7%
Educación	7%	6%	4%	5%	5%	4%	3%	9%	1%	2%	3%	3%	2%
Hoteles y restaurantes	6%	9%	9%	5%	12%	10%	11%	7%	6%	4%	3%	3%	13%
Otros	7%	4%	7%	16%	11%	9%	3%	6%	4%	9%	4%	13%	5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Euromonitor International

América Latina

Tipos de gastos Miles de millones de US\$

Tipo gasto	Argentina	Bolivia	Brazil	Chile	Colombia	Costa Rica	Rep. Domin.	Ecuador	Guatemala	Mexico	Peru	Uruguay	Venezuela
Alimentos y bebidas	76	6	169	23	32	7	12	14	22	180	45	7	5
Bebidas alcohólicas y tabaco	17	0	24	4	5	0	2	0	1	20	7	0	1
Prendas de vestir y calzado	12	1	46	8	12	2	2	4	3	23	5	1	1
Vivienda	69	3	200	19	28	3	6	7	8	151	20	10	3
Produc. servicios para hogar	12	2	99	12	7	2	2	4	3	41	5	2	2
Produc. servicios médicos	36	1	94	10	5	2	2	4	2	32	12	2	2
Transporte	36	4	167	20	24	6	13	8	4	153	11	4	3
Comunicaciones	21	1	37	6	8	2	2	4	5	27	3	2	2
Ocio y recreación	18	1	45	12	10	3	1	4	2	38	2	3	2
Educación	26	1	40	7	8	2	1	5	0	12	4	1	1
Hoteles y restaurantes	24	2	97	8	22	4	5	4	3	31	4	1	3
Otros	28	1	74	24	20	3	1	4	2	69	5	5	1
Total	374	23	1 093	152	180	36	50	62	55	777	124	38	26

Fuente: Euromonitor International

Tips



Brasil

La moda y la forma de vestir de los brasileños están cada vez más influenciadas por los actores de las telenovelas y las estrellas del fútbol. También influyen en los peinados de las personas, las opciones de música, preferencias alimentarias y otras tendencias actuales.

México

Los **alimentos de conveniencia**, como congelados y enlatados, y los servicios de entrega a domicilio se han vuelto muy populares. Asimismo, las **tiendas de conveniencia** se han convertido en un importante canal de compra de comestibles tanto en las ciudades como en los pueblos pequeños.

Venezuela

El marco político y económico de Venezuela ha cambiado mucho en la última década y esto ha alterado los hábitos y tendencias del consumo. Por ejemplo, **los consumidores dedican cada vez más tiempo a encontrar maneras creativas de preservar el valor de su dinero.**



Tips



Chile

Creciente tendencia a el “pluriequipamiento de los hogares”. Es decir a **satisfacer las necesidades particulares de cada miembro del hogar.**

Ecuador

Las diferentes costumbres y formas de ser entre los pobladores de Quito y los de Guayaquil. Los primeros son más conservadores, formales y reservados, mientras que los de Guayaquil son más emprendedores, abiertos a nuevos negocios, más flexibles y relajados en las relaciones comerciales





Cristina Camacho Passuni
ccamacho@promperu.gob.pe
04 de mayo de 2016
Lima, Perú

