

Factibilidad y Estudio de Mercados Para Productos Específicos

Kenneth D. Weiss, Plans and Solutions, Inc.

Universidad Iberoamericana, Bogotá, Colombia

Viernes, 24 de abril

Tres Pasos al Éxito

- Breve análisis de factibilidad, producto/mercado
- Breve investigación del mercado
- Preparativos esenciales



Breve Analices de Factibilidad, Producto/Mercado

- **Transporte**
- **Regulaciones**
- **El mercado**
- **Aspectos económicos**



1.a. Transporte

- ¿Existe con frecuencia, seguridad, costo razonable?
- Comparación con costo de otros países
- Ejemplo: Bebidas alcohólicas de Bolivia

1.b. Regulaciones

- ¿Hay alguno con que no se puede cumplir?
- APHIS, LACF
- Ejemplo: Empresa que embarcó sin número de FCE

1.c. El Mercado

- Establecido, en creciendo, no demasiado competitivo
- Lo mejor es conversar con posibles clientes.
- Ejemplo: Miel orgánico, antes y ahora

1.d. Aspectos Económicos

- Comparar costo y precio, FOB / barco o aeropuerto
- Multiplicar por cantidad disponible para el mercado
- Comparar con costo/beneficio de otras oportunidades

2. Breve Investigación del Mercado

- La competencia y los precios
- Segmentos y tendencias en el mercado
- Cantidad que se podrá vender
- Características de los productos
- Certificaciones
- Sistema de distribución
- Métodos de promoción
- Regulaciones gubernamentales
- Transporte / distribución física



2.a. La Competencia y los Precios

- Observaciones en tiendas
- Comparar productos y precios con los competidores
- Ejemplo: Quesos latinos en los EE.UU.

2.b. Segmentos y Tendencias en el Mercado

- Aumento en precio, importación y consumo
- Cambios en características de los productos
- Ejemplo: Frascos para mermeladas y jaleas

2.c. Cantidad Que se podrá Vender

- Importancia de hacer un pronóstico de ventas
- Técnicas: Capacidad disponible, participación en el mercado, etc.
- Ejemplo: Recientes aumentos en cantidad disponible

2.d. Características de los productos

- Necesidad de modificar los productos
- Atención especial a leyes de etiquetamiento
- Importancia de mostrar el producto a posibles compradores

2.e. Certificaciones

- Muestra que el proceso de producción reúne ciertos criterios
- Certificación Sanitaria, fitosanitaria, Kosher, Halal, HACCP, orgánico, comercio justo, GAP, GMP, etc.
- Análisis de retorno a la inversión en certificación

2.f. Sistema de distribución

- Movimiento de mercancía rápido, seguro, a costo razonable
- La cadena normal y cadenas alternativas
- Cadenas siempre en flujo

2.g. Apoyo en la promoción

- El rol del exportador en el país de mercado
- El costo en dinero, mercancía o ambos
- Requisitos para entrar en una cadena de supermercados

2.h. Regulaciones gubernamentales

- Abreviaturas: APHIS, FSIS, VS, FDA, EPA, CPSC, etc.
- Precedencia de cumplir con las regulaciones
- Ejemplo: Importador de bebidas alcohólicas

2.i. Transporte / distribución física

- Responsabilidad depende de términos y tamaño relativo del exportador y el importador
- Vía aérea o marítima, la comparación
- Establecer su propia oficina de importación

3. Preparativos Esenciales

- **Un plan para entrar en el mercado**
- **Clasificación y códigos de los productos**
- **Identificación de posibles socios comerciales**
- **Preparar especificaciones del producto**
- **Preparar una lista de precios**
- **Preparar una presentación de venta**
- **Preparar un paquete promocional**



3.a. Un plan para entrar en el mercado

- No es un plan de negocios normal.
- Elementos de un plan de entrar en el mercado de los EE.UU.
- Maneras de lograr tener un plan

3.b. Clasificación y códigos de los productos

- Del código armonizado, exportadores, importadores, agentes aduanales, inspectores de Aduana, etc.
- Códigos de productos de la FDA
- Ejemplo: Cereal de harina de maíz es 1103.13.00.20 en los EE.UU.

3.c. Identificación de posibles socios comerciales

- Preguntar a intermediarios, a quién compran
- Directores de asociaciones, y otros
- Información crediticia y referencias

3.d. Preparar especificaciones del producto

- Funciones de una hoja de especificaciones
- Diferencias, según el tipo de producto
- Ejemplo: Miel – el tipo de flor

3.e. Preparar una lista de precios

- Estrategias para fijar los precios
- La lista de precios, en dólares o ...
- Divulgación de los precios

3.f. Preparar una presentación de venta

- Porqué usar una presentación preparada
- Información que se debe incluir
- Maneras de usar una presentación

3.g. Preparar un paquete promocional

- La diferencia entre fracaso y éxito
- Tipos de promoción que se puede ofrecer
- Ejemplo: Exhibir en el Fancy Food Show

Conclusión

- **Tres Pasos al Éxito**
- **Breve análisis de factibilidad, producto/mercado**
- **Breve investigación del mercado**
- **Preparativos esenciales**
- **¿Algunas preguntas?**

