



## **MIERCOLES DEL EXPORTADOR**

# **Cómo adecuar la oferta exportable de un producto para el mercado internacional**



**MBA Luis Enrique Méndez**

**Lima, Junio de 2013**

# Búsqueda de nuevos productos

58 Ideas Básicas

45 No superan primer análisis

Quedan 13 Análisis comercial, Inversión publicitaria, Red Comercial

Quedan 7 Análisis mezcla comercial

Quedan 3 Etapa de desarrollo, Caro, no gusta

Quedan 1 Que es lanzada

Fuente: BOOZ ALLEN-HAMILTON  
53 empresas encuestadas

# Marcas latinoamericanas

## CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

Como se ha mencionado anteriormente la presentación más común del producto retail es en frascos de vidrio.

El producto nacional utiliza generalmente envases de vidrio genéricos, especialmente las pequeñas y medianas empresas, por lo que no se puede ver un envase muy diferenciado.

### Productos Nacionales



# Marcas extranjeras

## Productos Importados



Envase de plástico



Jalea de ají



# Producto beneficio central

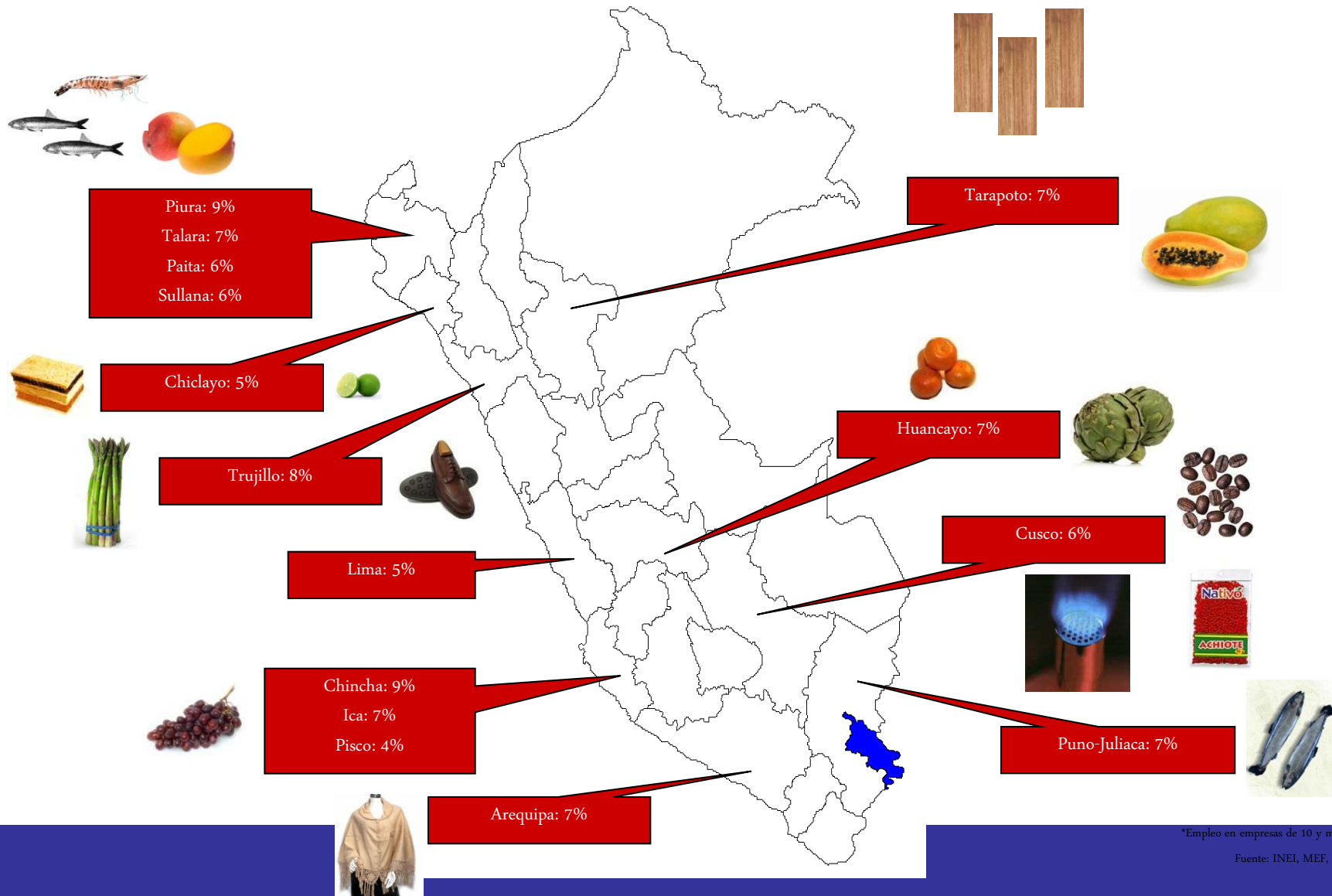


# Producto aumentado



# PENX 2014 2024

Ciudades con el más alto crecimiento del empleo\* 2004 - 2010 (variación %, promedio anual)



\*Empleo en empresas de 10 y más trabajadores.

Fuente: INEI, MEF, COMEXPERU.







# Producto Terminado





# Potato chips production line



Shanghai Fengxian food&drink machine head factory

[Http:// www.shguqiao.com](http://www.shguqiao.com)



fengxianmachine.en.alibaba.com



[adam@shguqiao.com](mailto:adam@shguqiao.com)

# Proyecto de la papa por mayor a la venta de pringles peruanos



**Product Details:**

Place of Origin	Henan, China (Mainland)
Brand Name	HRSD
Model Number	YC-100
Application	Chips
Type	multifunction potato machine
size	0.5-10mm
final product	chips & strip

**Payment & Shipping Terms:**

Price:	FOB USD 1000~1500 / Piece <a href="#">Get Latest Price</a>
Minimum Order Quantity:	1 Piece/Pieces /
Port:	QINGDAO
Packaging Details:	In wooden case
Delivery Time:	15 days or as your contract
Payment Terms:	L/C,T/T,Western Union,MoneyGram
Supply Ability:	1000 Piece/Pieces per Month /

**Detailed Product Description**

multifunction potato machine

1.function: wash/peel/slice/shred

2.Capacity:100-300kg/h

3.Power:1.5kw

4.Use:chips/stick

# Proyecto de planta productiva



Fryer with Frying Pan

Potato Piller Machine

Oil-Extractor Machine

Masala Mixing Machine

De Hydrator Machine

Weaver Slicer

Banana Slicer Machine

**Honey Combb Products**  
- Weafer's Plant

Tel :- Fax : +91-79-25830342  
(M) : +91-098250-96342  
E-Mail : info@honeycombb.com  
Visit : www.honeycombb.com

## Lista de precios

- |  |                  |   |          |
|--|------------------|---|----------|
| 1. Potato Peeler Machine :-<br>) ( Packing Cost will be extra )<br>with 1 H.P. 1440 RPM motor,<br>cable, plug & switch.<br>Capacity :- 150 Kg. Pr. Hr.<br>Size :- 2.5'(L) x 1.5'(W) x 2.5'(H)  | 1,000.00 ( US \$ | 5. Masala Mixing Machine :-<br>with 1 H.P. 1440 RPM motor,<br>Gearbox, cable, plug & switch.<br>with SS drum<br>Capacity :- 2.0 to 3.0 Kg. Pr. Batch.<br>Size :- 2.0'(L) x 2.0'(W) x 4.0'(H) with drum  | 1,500.00 |
| 2. Wafer Slicer Machine :-<br>with 1 H.P. 1440 RPM motor,<br>cable, plug & switch.<br>with two dies<br>Plain wafer & Sticks<br>Ruffle Drum cost 90.00 US \$ will be extra.<br>Capacity :- 200 Kg. Pr. Hr.<br>Size :- 2.5'(L) x 1.5'(W) x 2.0'(H) | 1,300.00         | 6. Banana Slicer Machine :-<br>with 1 H.P. 1440 RPM motor,<br>cable, plug & switch.<br>Capacity :- 80 to 100 Kg. Pr. Hr.<br>Size :- 1.5'(L) x 1.0'(W) x 1.5'(H)   | 850.00   |
| 3. De-hydrator Machine :-<br>with 1 H.P. 1440 RPM motor,<br>cable, plug & switch.<br>Capacity :- 2.0 to 3.0 Kg. Pr. Batch.<br>Size :- 2.0'(Dia) x 2.5'(H)  | 1,000.00         | 7. Fryer with Frying Pan :-<br>with 0.5 H.P. 2800 RPM motor,<br>cable, plug & switch.<br>with 30 Ltrs fuel storage tank<br>with heavy industrial cone burner.<br>Pan Size :- 3'(Dia) x 1'(H) ( Alu mat.)  | 3,500.00 |
| 4. Oil-Extractor Machine :-<br>with 1 H.P. 1440 RPM motor,<br>cable, plug & switch.<br>Capacity :- 1.5 to 2.0 Kg. Pr. Batch.<br>Size :- 2.0'(Dia) x 2.5'(H)  | 1,000.00         | 9. Continuous Pouch Packing Machine :-<br>Capacity :- 300 to 400 Pouch Pr. Hr.<br>Packing Material :<br>Polyethylene & any heat sealable<br>flexible laminated material<br>Seal Type :- Impulse / Hot bar<br>with Nitrogen flushing systems(If require) | 850.00   |



# Proyecto de fruta al deshidratado





NOA  
gourmet  
mango  
deshidratado  
45g

PRECIO  
6.00 S/

## Ficha Técnica

Mode No	TS-500	TS-600	TS-800
Voltage	380v	380v	380V
Power of fan	0.75kw	1.1kw	2.2kw
Capacity	500kg/h	600kg/h	800kg/h
Weight of machine	400kg	500kg	700kg
Dimensions	800×500×730mm	1040×620×900mm	1280×820×1000mm
Price(FOB Qingdao, China)	USD 1620	USD 1800	USD 2230
CFR LIMA PERU	USD 1680	USD 1960	USD 2300

INVERSIÓN ESTIMADA: INDUSTRIALIZACIÓN A PEQUEÑA ESCALA

Inversiones	Rubros de Inversiones	Inversión desagregada	Inversiones Parciales (\$)	Total de Inversiones	%
Inversión Fija	Inversión Tangible	Maquinaria	12,000	<b>\$18,500.0</b>	<b>61%</b>
		Equipamiento industrial	3,000		
		Equipamiento de oficina	1,500		
		Muebles en General	800		
		Implementación de equipamiento	1,200		
	Inversión Intangible	Organización y constitución	600	<b>\$2,150.0</b>	<b>7%</b>
		Capacitación de personal	300		
		Marketing y publicidad	800		
		Permisos legales	450		
Capital de Trabajo	Capital de Trabajo	Materiales e insumos	3,000	<b>\$9,500.0</b>	<b>32%</b>
		Pago de Sueldos y Salarios	3,500		
		Gastos de operación	3,000		
<b>INVERSIÓN TOTAL:</b>				<b>\$30,150.0</b>	

Estado de Ganancias y Pérdidas

RUBRO	AÑOS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de productos (TM)	120	132	145	160	176
Precio de productos x tonelada	1,500	1,600	1,800	2,000	2,200
<b>Ventas de productos</b>	<b>180,000</b>	<b>211,200</b>	<b>261,360</b>	<b>319,440</b>	<b>386,522</b>
Costo de Producción	153,000	179,520	222,156	271,524	328,544
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>27,000</b>	<b>31,680</b>	<b>39,204</b>	<b>47,916</b>	<b>57,978</b>
Gastos Generales	5,400	5,400	5,400	5,400	5,400
Gastos Administrativos	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000
Gastos de Ventas	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
<b>Utilidad de Operación</b>	<b>9,000</b>	<b>13,680</b>	<b>21,204</b>	<b>29,916</b>	<b>39,978</b>
Depreciación	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Amortización de Intangible	430	430	430	430	430
Gastos Financieros	933	-	-	-	-
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>6,437</b>	<b>12,050</b>	<b>19,574</b>	<b>28,286</b>	<b>38,348</b>
Impuestos (30%)	1,931	3,615	5,872	8,486	11,505
<b>Utilidad Neta US\$</b>	<b>4,506</b>	<b>8,435</b>	<b>13,702</b>	<b>19,800</b>	<b>26,844</b>

### Indicadores de Evaluación

<b>Indicadores Económicos</b>	<b>Valores</b>
Valor Actual Neto Económico (VANE)	<b>22,252</b>
Valor Actual Neto Financiero (VANF)	<b>30,118</b>
Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE)	<b>29.2%</b>
Tasa Interna de Retorno Financiero (TIRF)	<b>34.9%</b>
Periodo de Recuperación de Inversión (en años)	<b>2.60</b>



Mob: 0086-13819112630

Skype: allen.delshine



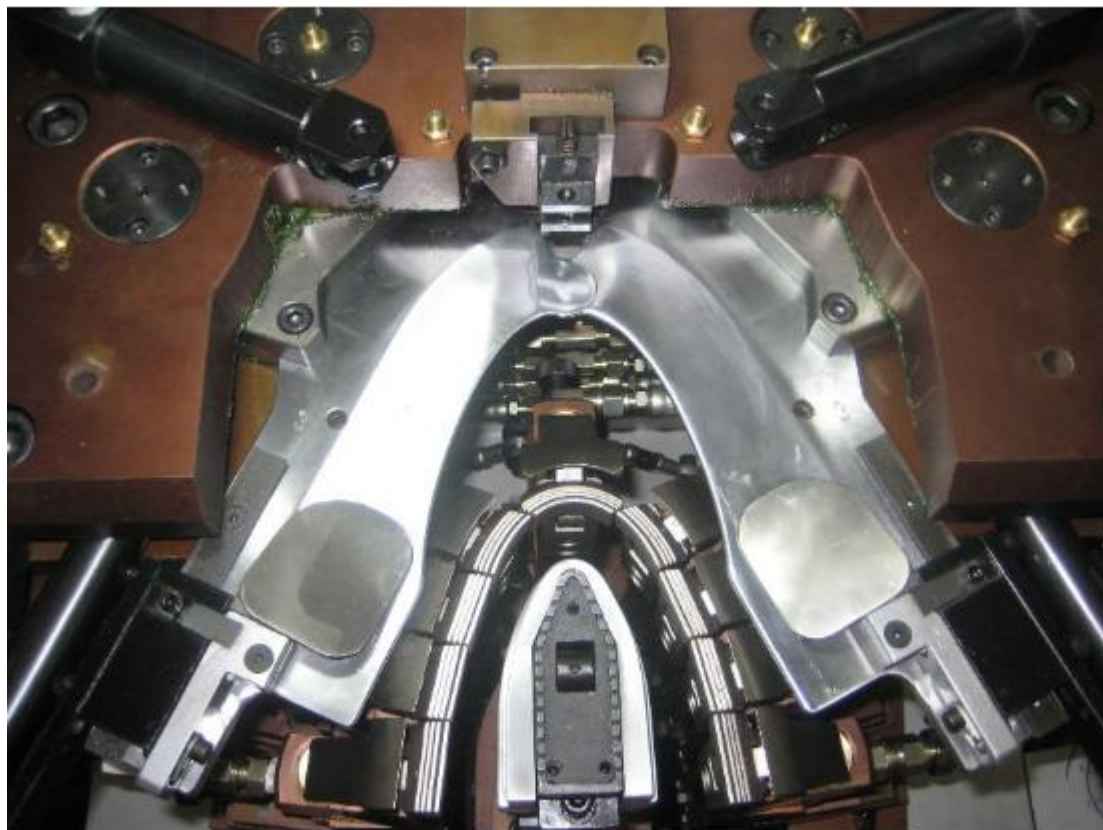












Y la plata???





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



# Claves para el éxito en desarrollo de nuevos productos

- ❑ VENTAJAS DIFERENCIALES DEL PRODUCTO
- ❑ COMPRESION DE LAS NECESIDADES, PREFERENCIAS Y DESEOS DEL CONSUMIDOR INTERNACIONAL
- ❑ FUERTE ESFUERZO DE LANZAMIENTO
- ❑ FORTALEZAS Y SINERGIAS TECNOLOGICAS
- ❑ SINERGIAS COMERCIALES
- ❑ MERCADO ATRACTIVO
- ❑ SOPORTE COMPROMISO DE LA ALTA DIRECCION

# Razones para el fracaso

- Mercado muy pequeño
- Inexistencia de “Match” entre habilidades de la empresa y oportunidad de mercado
- Ni nuevas ni diferentes
- Los beneficios no son percibidos por los consumidores
- Posicionamiento incorrecto
- Escaso soporte del canal de distribución

# Razones para el fracaso

- Error soporte del canal de distribución
- Error en la estimación de ventas
- Respuesta de los competidores
- Cambios en los gustos del consumidor
- Insuficiente retorno de la inversión
- Mala organización

# Guía de indagación inicial

1. ¿Quién va a comprar tu producto y por qué?
2. ¿Cuál es el tamaño del mercado de destino?
3. ¿Quién es tu competencia?
4. ¿Cuán nuevo es el producto para el mercado que has seleccionado?
5. ¿Existen oportunidades de crecimiento en el mercado objetivo?
6. ¿Cómo se ve el perfil demográfico, la economía y la cultura de masas en este momento?

# Guía de indagación inicial

7. ¿Existen tendencias demográficas, económicas o culturales que darán forma al mercado en el futuro?
8. El gobierno, ¿ayuda o limita la venta de productos importados?, por ejemplo, ¿existen barreras de entrada o de ventas en el mercado de destino?
9. ¿Se presentaran problemas logísticos para las ventas derivados de la geografía o el clima del país de destino?
10. ¿Tienes que adaptar tu producto al mercado a través de una reconstrucción física, un nuevo empaque o prácticas de servicio?
11. ¿Tu producto tiene las mismas condiciones de uso en el mercado internacional que en el mercado de origen?
12. ¿Requiere tu producto servicio post venta personal, y si es así, podrás entregarlo?



Primer tema

# REQUISITOS PARA UN PRODUCTO INTERNACIONAL

# Como preparar tu producto para exportarlo

1. Verifica el nombre de tu producto
2. Verifica los colores de tu envase
3. Envasado y diseño de etiquetas de tu producto
4. El tamaño y cantidad del producto en sí mismo
5. Peso y medida del producto a exportar
6. ¿Necesitarás una etiqueta bilingüe para tu producto?

# Como preparar tu producto para exportarlo

7. Cantidad de unidades por paquete
8. Imágenes de tu producto en la etiqueta
9. El material del envase de tu producto
10. Ampliación de las aplicaciones actuales de tu producto
11. ¿Cómo vas a manejar las garantías, ventas por consignación o llamadas de servicio desde el extranjero
12. Revisa los efectos ambientales de tu producto
13. País de origen



Segundo tema

# HERRAMIENTAS PARA ENCONTRAR NICHOS PARA LOS PRODUCTOS



# Estudios de mercado de países exportadores- Oportunidades

## Estudios de mercado

- Siicex → Perú
- Ices/ Cadoex/ [Docupais](#) → España
- Prochile → Chile
- Promexico → México
- Proexport/Productosdecolombia → Colombia
- Exportapymes → Argentina (Nichos mercado)
- Universidades y otras Cámaras de Comercio

# Modelo de investigación de mercado

## ENCUESTA

### PRIMERA PARTE: DATOS DE SEGMENTACION

---

GENERO: \_\_\_\_\_ EDAD: \_\_\_\_\_ PREFERENCIAS: \_\_\_\_\_  
DISTRITO: \_\_\_\_\_ NSE: \_\_\_\_\_ CONSUME XX \_\_\_\_\_ FRECUENCIA: \_\_\_\_\_

---

### SEGUNDA PARTE: RECORDACION DE MARCA Y PARTICIPACION MERCADO

1. ¿Qué marcas de productos XX recuerda?
2. ¿Qué marcas de productos XX consume?

### TERCERA PARTE: FACTORES CRITICOS DE EXITO

3. ¿Mencione en orden de importancia 5 características que debe de tener producto XX que Ud. lo elija?

### CUARTA PARTE: MERCADO FACTIBLE

4. ¿Estaría dispuesto a comprar el producto XX?  
SI  NO

### QUINTA PARTE: MARKETING MIX

5. ¿Qué características considera que debe de tener XX, para que Ud. lo elija?
6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por XX?
7. ¿En qué medios se entera usualmente de productos como XX?
8. ¿En qué lugares usualmente Ud. compra productos XX?

Gracias por su paciencia.



Tercer tema

# DISEÑO DE PRODUCTOS PARA EL MERCADO INTERNACIONAL

# Propuesta de valor

Componente Básico	Producto físico Características de Diseño Características Funcionales Legal.
Componente de Envase	Precio Calidad Envase Estilo Color Legal Nombre de marca Marca Registrada.
Componente de Servicios de Apoyo	Entregas Garantías Repuestos Legal Reparación y Mantenimiento Instalación Instrucciones Otros Servicios Relacionados



## ● Escala de fidelidad de marca



# Patrimonio de marca

- Nombre de Marca



Patrimonio de Marca



disFruta



marc boehler

COLOR



## ● Tipos de Etiquetas

- Marca y fabricante
- Instrucciones
- Advertencia
- Formulación
- Exportación/ importación
- Características especiales



# Cómo diseñar etiquetas

- **Con empatía comunicacional**
  - Capta las necesidades del público al que se dirige.
  - Exhaustivo análisis del producto y del mercado.
- **Con Posibilidades Realistas**
  - En base a la tecnología y el presupuesto.
  - Ser creativos y racionales.



## Adaptaciones Voluntarias: Factores culturales



EE.UU



Israel



Japón

### 3. Entorno Cultural de los Países

Problemática de Nombres de Marca sin Orientación Global:  
Imposibilidad de transferibilidad a los mercados latinos

 <b>SHIFT_</b> the future	NISSAN	カーラインアップ	購入検討サポート	アフターサービス/ カーライフ
	インフォメーション			
<b>MOCO   モコ</b>	外観・スタイリング	インテリア	性能/メカニズム	機能/装備
	安全/環境	グレード一覧	スペック/装備一覧	オプションパーツ



NEW  
**MOCO**  
Debut!



mazda

価格表
新車見積り
他銘柄比較
カタログ請求



トキメキが駆け抜ける

**MAZDA LAPUTA**

ZOOM-ZOOM



- ▶ さらに走りを進化させたS-Turbo新登場!
- ▶ ラピュタに「超-低排出ガス」認定車登場!
- ▶ 新色アズールグレーパールメタリック、ラベンダーメタリック登場!

### 3. Entorno Cultural de los Países

## Diferencias Culturales en Cuanto a Logotipos y Lenguas



*Air*

=

*Allah*

### 3. Entorno Cultural de los Países

## Cultura, estética y colores



EE.UU y Europa



La India



# Estrategias de producto

- Producto real, central y ampliado
- Ciclo de vida de producto
- Extensión de línea y extensión de marca
- Multimarca y marca nueva
- Conveniencia, especialidad, exclusividad
- Costos o diferenciación



Cuarto tema

# DESARROLLO DE PRODUCTOS

# Errores frecuentes en el desarrollo de productos

	IDENTIFICACION DE OPORTUNIDADES		DISEÑO			TESTEO			INTRODUCCION	ANALISIS DE RENTABILIDAD
	Definición del mercado	Generación de ideas	Posicionamiento	Proyección	Diseño detallado	Testeo de Producto y Publicidad	Pretesteo	Test del Mercado	Monitoreo del Lanzamiento	Sistema de Seguimiento
<i>Mercado demasiado pequeño</i>	*			*			*	*		
<i>No "match" con la empresa</i>	*									
<i>Ni nuevo ni diferente</i>		*	*			*				
<i>Sin beneficio real</i>			*			*				
<i>Escaso apoyo del canal</i>	*		*		*			*		
<i>Error en la Proyección</i>				*			*	*	*	
<i>Respuesta Competidores</i>	*		*				*	*	*	*
<i>Cambios en el Entorno</i>	*				*			*	*	*
<i>Insuficiente Retorno de la Inversión</i>	*			*	*		*	*	*	*

# Cómo desarrollar un producto internacional

- Fuentes Generadoras:
  - Necesidades del mercado
  - Tecnología
  - Ingeniería y Producción
  - Inventores y Patentes
  - Competidores
  - Directivos y Empleados
  
- Métodos:
  - Incentivos Individuales
  - Investigación Directa
  - Método de Grupos Creativos
  - Estudios Exploratorios de Consumidores
  - Facilitar las soluciones al usuario
  - Explotar la Tecnología
  - Ingenio

....gracias

Muchas gracias

Luis Enrique Méndez Cabezas  
Cámara Peruana de Comercio Exterior

[lmendez@camex.org.pe](mailto:lmendez@camex.org.pe)