

PLAN EXPORTADOR DE ALGAS MARINAS A JAPÓN

Jorge Andrés Correa Velez
Facultad de ciencias económicas y administrativas
Tecnología en mercadeo internacional



- Planteamiento del problema

Las empresas del sector alimenticio en Colombia no están preparadas desde el punto de vista competitivo para incursionar en el mercado japonés alimentos saludables.

Tema general:

Las algas marinas y la competitividad.

Tema específico:

Impacto de las algas marinas en el sector alimenticio en Japón desde el punto de visto competitivo para generar estrategias de mercadeo que permitan incursionar en el mercado japonés alimentos saludables.

OBJETIVO GENERAL

Generar un plan exportador que permita incursionar algas marinas colombianas al mercado japonés.

. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- investigar la normatividad existente en el país japonés para el ingreso de alimentos.
- examinar el mercado meta mediante herramientas de investigación de mercado.



Metodología

para realizar el plan exportador de algas marinas a Japón se hace un tipo de investigación descriptiva basada en información secundaria consultada en internet, el método de investigación fue deductivo ya que el énfasis se hace en investigaciones y teorías.

Descripción del producto

El producto que se va a exportar es un alga marina llamada Wakame, su nombre científico es undaria pinnatifida y se va a exportar como materia prima para la preparación de alimentos.



Mercado meta

Todas las personas de la región de Tohoku con edad entre 9 meses de edad y 100 años que consuman algas marinas.



Precio

Entre 1300 y 1400 Yenes equivalente a 36.000 y 39000 pesos en su presentación de 500 gramos.

Distribución

La distribución es indirecta, el objetivo principal es comercializar las algas marinas a las prefectura de Iwate que es la principal distribuidora en todos los mercados japoneses

Politico-legal

- La comercialización y cultivo de algas marinas se rige por la ley de pesca.
- El máximo líder del pueblo japonés es el emperador, el país se divide en regiones y prefecturas.

Economico

- enfoco en productos industriales, tecnológicos y servicios.
- balanza comercial positiva en 2.9 billones.
- moneda el yen
- es la tercera mejor del mundo
- PIB 5 billones

Sociocultural

- seriedad y honradez
- mercado exigente en calidad.
- ordenados y disciplinados
- habitos de vida muy saludables.

Tecnologico

- Es el país mas innovador del mundo.
- enfocada en electricidad, automotriz y informática.
- automatización de procesos dia a dia.

Fortalezas

- poder adquisitivo de los consumidores.
- necesidad del producto ya que culturalmente lo necesitan.
- producciones internas deficientes.
- riqueza natural de Colombia.
- calidad del producto que se produce.

Oportunidades

- incursionar en un mercado muy grande y con capacidad de compra.
- consolidar un producto que utilizan cotidianamente en el mercado japonés.
- generar una gran fuente de ingresos.

Debilidades

- barreras culturales, teniendo en cuenta que el mercado meta es muy diferente al colombiano, el lenguaje, gestos etc.
- el segundo competidor se sitúa muy cerca al mercado meta dándole ventajas logísticas y monetarias.

Amenazas

- En diciembre del año 2018 se termina el acuerdo AAE entre Colombia y Japón, según medios económicos del país el nuevo gobierno no quiere continuar con estos acuerdos ya que golpean muy fuerte la economía del país.

Estrategias para producto

-Hay que adaptar muy bien el producto para que sea vistoso en el mercado japonés por esto, aunque la etiqueta se puede hacer en inglés o francés lo ideal es hacer la publicidad en japonés y de color verde como lo manejan comúnmente.

-En el empaque debe estar la bandera de Colombia ya que las otras algas que exportan a Japón se diferencian por la bandera y así se dan cuenta de la calidad.

-En Japón la presentación de algas marinas se hace en empaques de 500 g, teniendo en cuenta que el alga se maneja como condimento desarrollar una presentación en sobre para que las personas tengan acceso al que necesitan para una sola comida sin comprar la libra. El producto debe ser lanzado masivamente al mismo tiempo en todas las ciudades de la región y que el día de su lanzamiento se hagan degustaciones.

ESTRATEGIAS PARA PLAZA

- Buscar la mayoría de los intermediarios posibles en el mercado japonés, estando posicionados buscar compradores directamente en los mercados locales, abrir una tienda exclusiva donde se vendan diferentes tipos de algas colombianas ofreciendo la mejor calidad para empezar a ser recordados en el mercado japonés.
- Ya que la distribución del producto va a ser indirecta porque se va a hacer por medio de intermediarios optar por que sea intensiva y que sea un producto que se convierta en el común de uso cotidiano, la idea es que se distribuya en tiendas mercados y supermercados.
- Realizar capacitación de los intermediarios para darles a conocer las ideas de la compañía y hacia donde están enfocados los esfuerzos para que estas repliquen la información entre los minoristas.

ESTRATEGIAS PARA PROMOCIÓN

- El éxito del plan exportador depende en gran medida del vendedor, este debe saber de antemano todo sobre la cultura japonesa, tener experiencia alta en ventas y ser persuasivo ya que los intermediarios son pocos.
- Los motivadores a la hora de una negociación son muy importantes y una ventaja a la hora de exportar las algas es la calidad ya que los japoneses son muy susceptibles a los detalles, una buena estrategia de venta es hacer énfasis en la calidad de los mares colombianos que son muy sanos.

ESTRATEGIAS PARA PRECIO

-Se debe analizar toda la cadena de producción con el fin de buscar algún eslabón en el cual se puedan minimizar costos ya que el éxito del producto depende del valor que es con el que se va a competir directamente.

-En el lanzamiento el precio debe ser lo más bajo posible para tener una penetración rápida y eficaz, inicialmente se requiere que las personas prueben el producto y se haga una publicidad voz a voz buscando posicionar el producto, el precio se ira ajustando al movimiento del mercado.

conclusión

En términos generales el plan exportador es viable, todas las matrices arrojaron datos muy positivos, si bien hay algunas complicaciones como el alto costo del proyecto, la lejanía geográfica y las barreras culturales, el mercado es prometedor ya que hay una demanda constante por que los japoneses consumen este producto a diario, no hay una marca predominante en el mercado y de alta recordación, las algas producidas en Colombia son de alta calidad y la extensión de los mares lo hace una potencia