

Tipo de Negociación: Exportación

Importadores y Agentes

Importadores y agentes tienen un amplio conocimiento de la red de comercio y representan una gran parte de las importaciones de los países clientes de Canadá TFO. Por lo general, ellos están más dispuestos a asumir el riesgo que conlleva el negocio con los nuevos proveedores. Sin embargo, es posible que sometan a los proveedores a un estudio detallado antes de hacer negocios. También esperan tener referencias y van a querer conocer información sobre la experiencia que tiene el proveedor en materia de exportaciones, su capacidad financiera y demás detalles. Los importadores/agentes también son más conscientes de los problemas potenciales que puedan surgir en el cumplimiento de los requisitos canadienses para la calidad, etc., y podrían estar dispuestos a ayudar a los proveedores con sugerencias en la adaptación del producto, proporcionando etiquetas para colaborar con el ingreso al mercado canadiense y ofrece garantías en las ordenes de producción que permite a la fabrica planificar el trabajo y los materiales. Los márgenes serán normalmente del 10% al 40%, dependiendo del volumen y la cantidad de artículos transportados.

Se espera hacer negociaciones con National Importers Canada Ltd, quienes por ser uno de los mas grandes distribuidores de productos alimenticios es también uno de los principales en Canadá

La primer exportación se tiene planeada hacerla de un contenedor de 40', mitad de la carga en una presentación de 50 unidades por bolsa y la otra mitad de 15 unidades por bolsa, esto para un total de: 1800 bolsas en la primera presentación (90.000 barriletes) y 1250 en la segunda presentación (60.000) barriletes

Estrategias de Internacionalización:

- Aquellos productos de alimentación que son más indiferenciados y de poco valor añadido, compiten en precio. Los que aportan mayor valor como platos preparados, salsas, lo hacen a través de marca, sabor, promoción y calidad. Por tal motivo, una de las estrategias será; llegar inicialmente a la región canadiense con mayor numero de colombianos y a la provincia de Ontario que alberga el 39% del total de la población Canadiense para facilitar la

penetración del mercado.

- Debido a la ausencia de fuertes tradiciones culinarias propias y de las limitaciones de la producción nacional, una parte creciente de los consumidores canadienses buscan

productos de importación. Buscan que ostenten un contexto histórico y cultural que los defina y les permita acercarse culturalmente a otras nacionalidades o grupos étnicos. Apoyándose en este factor, es viable hacer uso del reconocimiento nacional con el que goza Barrilete para promover el producto en Canadá.

- El consumidor canadiense busca productos con una presentación exterior excelente, con envases fáciles y cómodos, al mismo tiempo que ecológicos. Barrilete cuenta con un diseño atractivo. Además, un Sistema de apertura fácil y cómodo para cualquier rango de edad. Es necesario, para tener mejor competitividad en Canadá, reestructurar el material con el cual está elaborado la embotadora y de esta manera crear un atractivo ecológico hacia los consumidores.
- El precio de esos productos de importación, debe guardar una relación razonable con el precio de los productos sustitutivos locales, ya que el consumidor medio se guía en gran medida en base al precio del producto. Por tal motivo, el precio de venta final deberá tener diferencias mínimas con los sustitutos locales. Es importante recalcar que la presentación ecológica le otorgara una ventaja sobre otros productos de la competencia.
- Compras por impulso: Las exhibiciones en los puntos de venta son un componente importante para el sector de las barras de chocolate, dulces, chicles y mentas dado el factor inherente de compra por impulso al momento de adquirir este tipo de productos. En consecuencia, los costos promocionales asociados con este tipo de exhibiciones algunas veces puede ser prohibitivos.
- Poner más énfasis en el desarrollo del producto y en la producción de productos de calidad garantizada y amigables con el ambiente, p. ej., adoptando las series [ISO 9000](#) o estándares de calidad similares; las series [ISO 14001](#) o estándares similares de manejo del medio ambiente; y la sobre responsabilidad social [ISO 26000](#).

