

Vinos de Argentina



Elegancia y Sensualidad

Seminario

Exportaciones

VINOS DE ARGENTINA

Salta 2008

Seminario

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

VINOS DE ARGENTINA

Dolores Lavaque de Velasco – Consultora Stg

Salta 2008

Búsqueda y selección de importadores y distribuidores

El importador o distribuidor será quién maneje sus vinos en el país de destino. Es por ello, que la **elección correcta** de su *“socio internacional”* es uno de los factores más decisivos para el éxito en el desarrollo internacional de sus vinos.

Si su bodega tiene el objetivo de una relación a **largo plazo**, su importador o distribuidor debe tener la misma orientación.

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

Etapas en la búsqueda y selección de importador

1- Análisis y diagnóstico interno (bodega) y externo (mercados)

2- Selección de mercados, determinación de prioridades

3- Plan de acción, investigación y rastillaje de potenciales importadores y distribuidores

4- Elección del importador a medida de la bodega

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

Etapas en la búsqueda y selección de importador

1- Análisis y diagnóstico interno (bodega) y externo (mercados)

2- Selección de mercados, determinación de prioridades

3- Plan de acción, investigación y rastillaje de potenciales importadores y distribuidores

4- Elección del importador a medida de la bodega

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

Interno - La Bodega

- Capacidad y experiencia de internacionalización
- Tamaño / cantidad de recursos
- Productos actuales / flexibilidad
- Redes de contacto, existencia de relaciones internacionales

Mercado Externo

- Estructura internacional de la industria
- Nivel y capacidad de internacionalización del mercado
- País de destino:
 - Potencial del mercado (potencial de crecimiento en volumen y valor)
 - Competencia (actual y futura)
 - Distancia física/geográfica
 - Similitudes del mercado

Segmentación internacional de mercados

Selección internacional de mercados

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

Etapas en la búsqueda y selección de importador

1- Análisis y diagnóstico interno (bodega) y externo (mercados)

2- Selección de mercados, determinación de prioridades

3- Plan de acción, investigación y rastillaje de potenciales importadores y distribuidores

4- Elección del importador a medida de la bodega

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

La Bodega

El mercado

Elección de un criterio de segmentación

Desarrollo de segmentos adecuados

Análisis de los segmentos para reducir la lista de mercados/países seleccionados para "atacar"

Segmentación micro: Desarrollar segmentos para cada país que califique o entre grupos de países.

Entrada al mercado

¿Cuántos mercados?
Tiempos
Secuencia

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

La Bodega

El mercado

Elección de un criterio de segmentación

Desarrollo de segmentos adecuados

Criterio de segmentación para el entorno internacional:

- Político/legal
- Económico
- Socio/cultural
- Tecnológico



BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

Características Generales

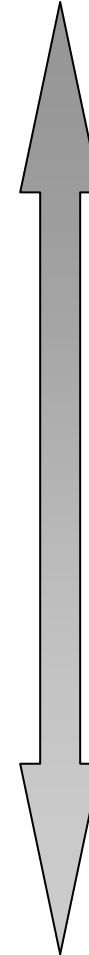
Geografía
Lenguaje
Factores Políticos
Demografía
Economía
Sectores Industriales
Tecnología
Organización Social
Religión
Educación

Características Específicas

Características Culturales
Lifestyle (estilo de vida)
Personalidad/comportamiento
Gustos, costumbres y actitudes

*Alto grado de
medición,
accesibilidad y
capacidad de acción*

*Bajo grado de
medición,
accesibilidad y
capacidad de acción
(aunque... alto grado
de relevancia en
situaciones
específicas)*



BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES



Análisis de los segmentos para reducir
la lista de mercados/países
seleccionados para "atacar"

El proceso de selección puede ser dividido en dos:

- Selección Preliminar
- Selección Fina



BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

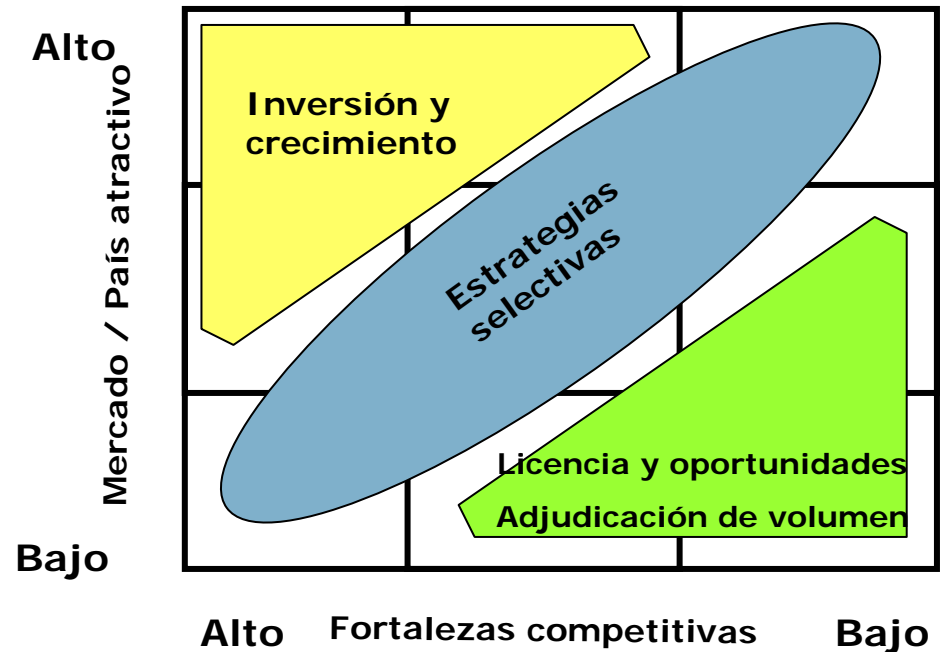


Selección Preliminar: El número de mercados se reduce con una selección de orientación macro basado en criterios como:

- Restricciones en importación y exportación de un país a otro
- Producto Bruto Interno per cápita
- Cuanto representa el gasto público en el PBI
- Índice de riesgo de ambiente de negocios

Selección Fina: Esta parte de la selección de mercado es un proceso que lleva en consideración las competencias propias de la compañía.

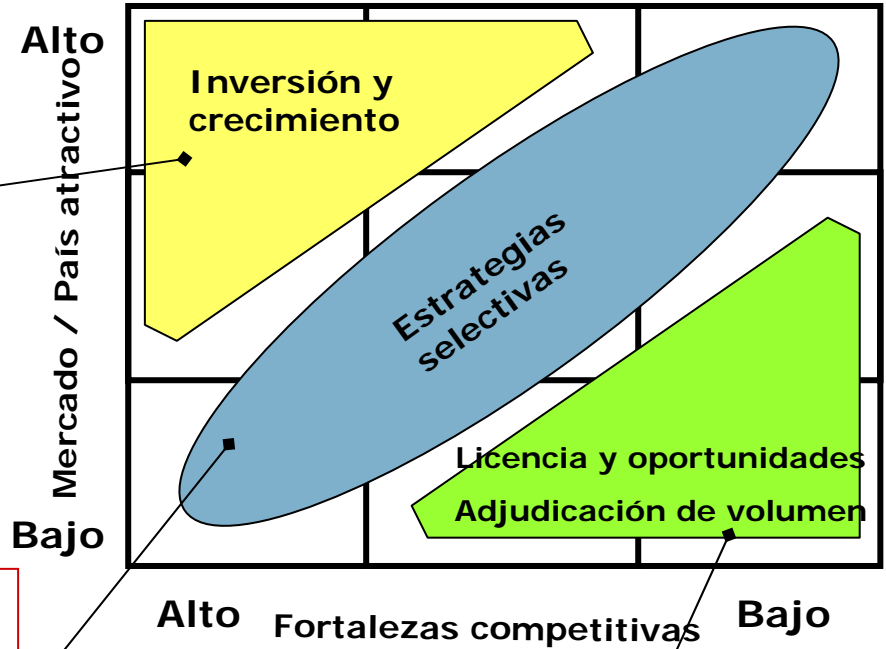
A continuación se analiza lo atractivo del mercado y la matriz de fortalezas competitivas de la compañía.



BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

Estos son los mercados primarios (mercados clave), los que ofrecen mejores oportunidades para estrategias de desarrollo a largo plazo. Aquí las empresas, puede que deseen establecer una presencia permanente, y en tal caso deben encarar programas de Estudio e Investigación de mercado conjuntos.

Estos son los mercados secundarios (mercados claves), dónde las oportunidades se identifican pero el riesgo político o económico es percibido de manera muy notable como para lograr un compromiso a largo plazo. Un sistema de información fácil de entender y de fácil lectura va a ser necesario en este caso.



Hay varios mercados terciarios. Son percibidos como de alto riesgo, es por ello que, la apuesta de recursos es mínima. Los objetivos en dichos países son a corto plazo y de oportunidad, las bodegas no toman compromisos serios. No se encarar investigaciones de mercado.

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

Época del análisis:... Producto:..... País:...	1 Muy pobre	2 Pobre	3 Medio	4 Bueno	5 Muy Bueno	% Peso	Resultado (puntaje x % peso)
Tamaño del mercado							
Crecimiento del mercado							
Segmentos de Precios							
Poder de compra							
Acceso al mercado							
Nivel de competencia							
Riesgo político / económico							
Otros							
Total						100	
Atractivo del mercado = Resultado = ...							

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

En comparación con el competidor más fuerte=.....	1 Muy pobre	2 Pobre	3 Medio	4 Bueno	5 Muy bueno	% Peso	Resultado (puntaje x % peso)	
Producto encaja en la demanda del mercado								
Precios y condiciones								
Presencia en el mercado								
Soporte de marketing								
Herramientas de comunicación								
Cuota de mercado posible de obtener								
Resultados financieros								
Otros								
Total						100		
Fuerza competitiva= Resultado=								

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES



Segmentación micro: Desarrollar segmentos para cada país que califique o entre grupos de países.

Una vez que los mercados han sido identificados, las bodegas utilizan técnicas estándar para segmentar a los países, usando variables como:

- Factores demográficos y económicos
- Lifestyles (estilo de vida)
- Motivaciones de los consumidores
- Geografía / clima
- Comportamiento de los compradores
- Otros, etc.

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

Etapas en la búsqueda y selección de importador

1- Análisis y diagnóstico interno (bodega) y externo (mercados)

2- Selección de mercados, determinación de prioridades

3- Plan de acción, investigación y rastillaje de potenciales importadores y distribuidores

4- Elección del importador a medida de la bodega

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

Búsqueda de Importadores potenciales

Ir al mercado, hablar con los tomadores de decisión (compradores), caminar góndolas y visitar restaurantes.

- Conseguir listados de importadores:
 - Internet
 - Embajadas
 - Catálogos
 - Ferias

*¿Qué marcas/bodegas del mundo apuntan a lo mismo que yo?
(set competitivo) – ¿quién las importa? ¿tienen vino
argentino en su portfolio?*

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

Intercambio de información y determinación del potencial del negocio

- Primer contacto vía e-mail o fax, dirigido a una persona precisa: La persona que toma decisiones sobre nuevas marcas/bodegas.
- Evitar ser considerado "SPAM" – Demostrar que conocemos a la empresa y sabemos que tenemos un potencial de negocio interesante para ofrecerle.
- Luego de 10 días, llamar telefónicamente para reforzar intención de contacto.

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

Etapas en la búsqueda y selección de importador

1- Análisis y diagnóstico interno (bodega) y externo (mercados)

2- Selección de mercados, determinación de prioridades

3- Plan de acción, investigación y rastillaje de potenciales importadores y distribuidores

4- Elección del importador a medida de la bodega

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

Al evaluar importadores y distribuidores podemos agrupar en cinco los atributos a analizar previamente:

- Fortalezas financieras
- Fortalezas de la compañía (gestión)
- Factores del producto
- Herramientas de marketing
- Factores de ayuda (puntos a favor)

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

- **Fortalezas financieras**

- Capacidad y estabilidad financiera
 - Debe demostrar la habilidad de financiar las primeras ventas y futuro crecimiento
 - Debe demostrar la capacidad de reunir fondos adicionales
 - Buena capacidad y deseo de invertir en material de marketing y promoción
- Habilidad y capacidad de stockear y manejar suficiente inventario

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

- **Fortalezas de la compañía (gestión)**
 - Experiencia con el producto y el mercado (tiene que estar de acuerdo con el posicionamiento de la bodega)
 - Habilidad gerenciales
 - Cultura y capacidad gerencial similar al de la bodega
 - Reputación en el mercado
 - Buena reputación entre clientes actuales y potenciales

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

- **Factores del producto**
 - Familiaridad y conocimiento sobre vino
 - Calidad y nivel del porfolio de vinos
 - Infraestructura edilicia
 - Buena capacidad de almacenamiento, condiciones edilicias y de tecnología en depósito

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

- **Herramientas de marketing**
 - Experiencia y conocimiento sobre el mercado/s target, segmentación y consumidores
 - Buena presencia en hoteles, restaurantes y bares (o pubs)
 - Buena presencia en puntos de venta de vinos
 - Orientación a supermercados
 - Cobertura geográfica
 - Alcance de una amplia zona geográfica

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

- **Herramientas de marketing (cont)**
 - Fuerza de ventas
 - Equipo de ventas suficiente
 - Compromiso con productos y marcas
 - Conocimiento sobre vinos
 - Cuota de mercado (Market Share)
 - Uno de los diez principales distribuidores de la zona
 - Política de precios
 - Política de precios de acuerdo a la política de la bodega
 - Estructura de descuentos acordado con la bodega

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

- **Factores de ayuda (puntos a favor)**
 - Buen conocimiento sobre la industria vitivinícola argentina
 - Cultura y capacidades de gestión similares a los de la compañía o sea bodega

Qué NO hacer NUNCA en la búsqueda de un importador

- Ir a una feria de vinos “a buscar importadores”, sin preparación previa.
- Mandar muestras sin tener información del importador, proyecto, etc.
- No saber cómo se compara mi vino en precio, calidad, estilo, con el mundo.
- Mandar cientos de emails y fax a “un listado de importadores que me pasaron”, sin saber quienes son, qué quieren o buscan.
- Obviar las estructuras de precios del análisis.
- Creer “ciegamente” en las promesas del “importador ideal” sin chequearlas seriamente contra el mercado y la competencia.
- Firmar un contrato sin conocer la legislación del país del importador.

BÚSQUEDA DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES

Las grandes virtudes necesarias para un “Abridor de mercados exitoso”

- Conocerse muy bien a si mismo, su bodega y sus vinos
- Saber qué busca y qué no quiere/ no le sirve
- Ser ordenado, estructurado y prolijo
- Ser METÓDICO
- Ser perseverante y tener las defensas altas contra la frustración!