

Contenido

Introducción	11
Capítulo 1. Marco conceptual y metodología	15
1. Marco conceptual	15
1.1. Definición de estrategias	16
1.2. La curva de aprendizaje	18
1.3. La matriz BCG	18
1.4. Canales de distribución	19
1.5. Estrategia logística y ciclo de vida del producto	20
1.6. Análisis Septe	21
1.7. Modelo de macrosegmentación	22
1.8. Matriz producto-mercado	23
1.9. Márketing <i>mix</i>	24
1.10. Teoría de estimación de demanda (DE)	25
1.11. Teoría económica del APV	26
2. Metodología	26
Capítulo 2. Macrosegmentación	31
1. Macrosegmentación: elección del mercado-meta	31
1.1. Situación actual del consumo de pescado en el mundo	32
1.2. Análisis de la demanda internacional del producto	32
1.3. Criterios de macrosegmentación para elegir el mercado objetivo	33
2. Conclusiones	36
Capítulo 3. Demanda en el mercado brasileño	37
1. Análisis mediante el modelo Septe	37
2. Demanda de productos hidrobiológicos en Brasil	40
2.1. Análisis por estados brasileños	44
2.2. Análisis del estado de São Paulo	47

2.3. Análisis de la Región Metropolitana de São Paulo	50
2.4. Análisis de ciudades alternativas en la ruta de la carretera Interoceánica	55
3. Canales de distribución utilizados	60
3.1. Canal orientado a restaurantes y pizzerías («atacadista»)	60
3.2. Canal orientado a supermercados (distribuidor)	61
4. Análisis de productos competidores y sustitutos	62
4.1. Sardinas brasileñas	63
4.2. Anchoas europeas	63
4.3. Anchoas argentinas	63
4.4. Anchoas chilenas	65
5. Conclusiones	67
Capítulo 4. Análisis de la oferta exportable de anchoas peruanas	69
1. Análisis del producto	69
1.1. La anchoveta	69
1.2. Participación exportable del producto anchoa	71
1.3. Proceso y costos de producción de la anchoa	75
1.4. Comparación de la anchoa peruana frente a productos similares	76
1.5. Comparación de precios de venta de la anchoa	77
2. Análisis del perfil competitivo	80
3. Análisis de la situación actual de la anchoa en el Perú	82
4. Análisis de la exportación de anchoas peruanas	83
5. Análisis de las empresas exportadoras de anchoas	85
6. Problemática y desafíos para la exportación de anchoas	87
7. Participación del Estado en la promoción del producto	90
7.1. Consumo nacional directo	90
7.2. Promoción de las exportaciones de anchoa	90
8. Incentivos para la exportación de menor cuantía: programa Exporta Fácil Perú	91
9. Conclusiones	91
Capítulo 5. Estrategia de exportación de anchoas al mercado de São Paulo	93
1. Estrategias de penetración al mercado de São Paulo	94
1.1. Productos que se van a ofrecer y mercado	94
1.2. Estrategia para anchoas selladas al vacío en São Paulo	96

1.3. Estrategias del empresario inmigrante o de aprendizaje directo	99
1.4. Estrategias del empresario inmigrante o de aprendizaje directo en ciudades de la ruta interoceánica Lima-Asis-Cuiabá-São Paulo	101
2. Conclusiones y recomendaciones preliminares	103
Capítulo 6. Grupos relevantes, canales de distribución y marco tributario	105
1. Análisis de los grupos relevantes de la producción	106
1.1. Características de los actores relevantes de la producción de anchoas	106
1.2. Ubicación de los actores relevantes de la producción de anchoas	107
1.3. Análisis de los actores relevantes en el consumo de anchoas	108
1.4. Ubicación de los actores relevantes del consumo de anchoas	111
1.5. Logística operativa para la venta de anchoas selladas al vacío	111
1.6. Logística operativa para la venta de anchoas de forma directa en latas bauletto de 820 gr en São Paulo	113
1.7. Logística operativa para la venta de anchoas envasadas en lata bauletto	115
2. Análisis de los canales de distribución en Brasil	117
2.1. Integrantes de la cadena de distribución	117
2.2. Estrategia del canal	118
2.3. Estrategia para el contacto comercial	118
2.4. Medios de pagos y contacto comercial	119
2.5. Establecimiento de una oficina	119
2.6. Protección de marca	120
2.7. Principales competidores y precios de referencia	120
3. <i>Price escalation</i>	120
3.1. Alternativa de la venta de anchoas selladas al vacío	120
3.2. Alternativa de la venta de anchoas en lata bauletto	121
4. Normas técnicas para la importación de anchoas	122
4.1. Normas fitosanitarias	122
4.2. Especificaciones técnicas	123

5. Marco tributario	123
5.1. Cargas arancelarias: impuesto a la importación	123
5.2. Impuestos estatales: circulación de mercancías y servicios de transporte (ICMS)	124
5.3. Impuestos locales a las ventas	124
6. Conclusiones	125
Capítulo 7. Evaluación financiera	129
1. Determinación de la tasa de descuento	129
2. Valorización del proyecto	132
2.1. Valorización del proyecto de anchoas selladas al vacío	132
2.2. Valorización del proyecto del empresario inmigrante de anchoas en lata bauletto	136
3. Comparación de curvas de aprendizaje	140
4. Conclusiones financieras	141
Conclusiones generales	143
Bibliografía	147
Anexos	155
1. Guía de entrevistas	157
2. Análisis de las tendencias del mercado	162
3. Normas fitosanitarias para la exportación de las anchoas	167
4. Flujos de inversión, estado de pérdidas y ganancias y flujo de caja económico de la propuesta «Anchoas selladas al vacío»	170
5. Evaluación económica de la propuesta «Anchoas selladas al vacío» mediante el método APV	174
6. Análisis de sensibilidad unidimensional y bidimensional de la propuesta «Anchoas selladas al vacío»	175
7. Flujos de inversión, estado de pérdidas y ganancias y flujo de caja económico de la propuesta «Anchoas en lata bauletto, São Paulo»	178
8. Evaluación económica de la propuesta «Anchoas en lata bauletto, São Paulo» mediante el método APV	182
9. Análisis de sensibilidad unidimensional y bidimensional de la propuesta «Anchoas en lata bauletto, São Paulo»	183
Sobre los autores	187