

PLAN GENERAL RESUMIDO DE LOS ESTUDIOS DE MERCADO SOBRE DETERMINADOS PRODUCTOS

Parte ① - INFORMACIÓN GENERAL

1-A. El país y su población

1-A.1 Geografía económica

- Superficie
- Población (grupos definidos por su raza, religión, densidad, ingresos, grado de instrucción, edad y distribución por sexo, índice medio anual de crecimiento)
- Idiomas (oficial, de negocios, otros idiomas locales)
- Regiones y centros comerciales e industriales principales (nombres y densidad de concentración)
- Geografía y clima (latitud y longitud, naturaleza del terreno, temperaturas diarias medias, máximas y mínimas, precipitaciones atmosféricas, humedad).

1-A.2 Forma y naturaleza del gobierno

- Constitución (monarquía, federación, república, etc.)
- Poderes del gobierno central y de las autoridades regionales
- Clima político
- Política económica y social

1-B. Datos económicos básicos

1-B.1 Índices económicos

- Moneda nacional, tipos de cambio y estabilidad
- Balanza de pagos, reservas de moneda extranjera, situación de la deuda pública
- Producto nacional bruto
- Ingreso nacional y por habitante

1-B.2 Estructura actual de la economía

- Distribución por sectores del producto interno bruto al costo vigente de los factores
- Distribución del empleo
- Industrias (que tienen interés comercial para su propio país), por ejemplo, producción agrícola, forestal, pesca, ganadería, minería, industrias manufactureras, construcción, servicios públicos.

1-C. Medios de transporte y de comunicación

1-C.1 Marítimo

- Principales puertos e instalaciones portuarias
- Servicios de navegación (procedentes de su país)

1-C.2 Aéreo

- Aeropuertos utilizados por el tráfico internacional
- Aeropuertos utilizados por el tráfico del interior
- Tonelaje anual para cada categoría de mercancías
- Servicios de mercancías (procedentes de su país, Costa Rica en este caso)

1-C.3 Terrestre

1-C.3a Vial

- Extensión en kilómetros o en millas de las rutas de transporte principales
- Vehículos – automóviles, autobuses, camiones

1-C.3b Ferroviario

- Extensión de la red en kilómetros o en millas; ancho de trocha
- Tonelaje de mercancías transportadas

1-D. Datos sobre el comercio exterior (para un período de CINCO años)

1-D.1 Comercio exterior local (del país a estudiar)

- Exportaciones e importaciones totales
- Balanza comercial

1-D.2 Principales productos exportados por el país a estudiar

- Productos y valor
- Países de destino y valor

1-D.3 Principales productos importados por el país a estudiar

- Productos y valor
- Países abastecedores y valor

1-D.4 Comercio del país a estudiar con Costa Rica y análisis del cuadro resumen

- Importaciones (las veinte partidas más importantes).
- Exportaciones (las veinte partidas más importantes)

- Anotación de cualquier cambio del sistema de registro; bases de los valores (CIF, etc.)

1-E. Cuadro comparativo de los principales índices encontrados en la PARTE 1, con los índices de Costa Rica y análisis del cuadro resumen obtenido

Parte ② - ACCESO AL MERCADO

→ INFORMACIÓN SOBRE EL PRODUCTO

2-A. Definición del producto estudiado

- A determinar, mediante la numeración del SA o de la CUCI, y también según la clasificación local y la del propio país si es diferente, con una explicación numeral minuciosa.

2-B. Producción nacional

2-B.1 Estadísticas (cuadro)

- Estadísticas de la producción anual correspondientes a los cinco últimos años, en función de la cantidad y el valor.

2-B.2 Configuración de la industria

- Principales centros de producción.
- Distintos productores importantes y su participación en el mercado. Indíquese todo control o afiliaciones extranjeros de importancia.
- Tendencias significativas de la estructura industrial, como los consorcios, la integración vertical y otros.

2-B.3 Procesos de producción

- Describirlos si influyen en la situación competitiva.

2-B.4 Factores de insumo de la producción

- Fuentes y disponibilidad de materias primas, piezas y componentes, mano de obra, transporte.
- Costos de esos factores con respecto a los propios costos de producción de su país. Anote cualquier subvención directa o indirecta.

2-B.5 Planes futuros de producción

- Proyectos de expansión de la producción.
- Planes concretos a corto y a largo plazo.

2-C. Exportaciones del país objetivo

A partir del análisis del comercio con su propio país (sección D-4) analizar:

2-C.1 Interpretación

- Tendencias que no se evidencian en las cifras.
- Función de las reexportaciones.

2-C.2 Consecuencias para el mercado

- Relación entre exportaciones e importaciones, inclusive la diferenciación del producto entre las importaciones y las exportaciones y otros factores como la proximidad de los mercados y las relaciones comerciales o económicas especiales.
- Perspectivas para las exportaciones y efectos probables que las tendencias proyectadas ejercerán en el panorama nacional de la oferta y la demanda.

2-C.3 Incentivos

- Incentivos adecuados para la promoción de las exportaciones, subvenciones de los precios de exportación, etc.

2-D. Consumo

2-D.1 Estadísticas (cuadro)

- El “consumo” (la producción más las importaciones menos las exportaciones) y más o menos los cambios de los niveles de las existencias, según su importancia, correspondiente a los cinco últimos años y, de ser posible, en función tanto de la cantidad como del valor.
- Tipo de crecimiento medio anual.
- Porcentajes del consumo correspondiente a la producción nacional y a las importaciones, para el último año y cinco años atrás.
- Tendencias crecientes del consumo futuro (las mejores estimaciones disponibles).

2-D.2 Previsiones

- Factores principales que afectarán la tendencia creciente del consumo, como por ejemplo la importancia y el aumento de la población y de los ingresos por habitante, la introducción de productos sucedáneos en el mercado, los ritmos de desarrollo de las industrias de los usuarios (para los productos industriales), las restricciones de créditos y demás políticas oficiales, los cambios de la moda y del gusto, los progresos tecnológicos, la saturación del mercado, los planes de desarrollo, etc.

➔ INFORMACIÓN PARA EL INGRESO DEL PRODUCTO

2-E. Información básica de ingreso

2-E.1 Relaciones y acuerdos comerciales especiales

- Descripción de cualquier acuerdo o relación especial con otros países que influirá en el comercio del producto, como por ejemplo la participación en una unión aduanera o en una zona de libre comercio, en el *Commonwealth* o en uniones de territorios asociados, acuerdos comerciales bilaterales, etc.
- Factores políticos que podrían influir en el comercio con su país.
- Otros arreglos o consideraciones, públicos o privados, que pudiesen favorecer a los exportadores de otros países más que a los del propio país.

2-E.2 Políticas comerciales básicas

- Consideraciones generales de política comercial o evolución prevista que pudieran modificar las perspectivas del producto en el mercado, como podrían ser las dificultades de la balanza de pagos.

2-E.3 Restricciones cuantitativas a la importación

- Contingentes de importación globales, regionales o bilaterales pertinentes. Descripción de los mismos, criterios para su asignación (actuación pasada del importador, nuevas importaciones, etc.) y para su distribución (no discriminatoria, discriminatoria, etc.), y exposición concreta de la manera en que se aplican a las importaciones de los productos interesados de su país.
- Restricciones especiales relativas a la naturaleza del producto (por ejemplo medicamentos, armas de fuego).
- Posibilidades de exportación ajenas al sistema de contingentes y licencias, como por ejemplo las compras del gobierno.

2-E.4 Concesión de licencias

- Requisitos y procedimientos (en detalle) para obtener licencias, cuando sea apropiado, y cualquier cambio previsto. Abárquese el período de validez, la prórroga, el valor de las licencias otorgadas. Cítese a la autoridad administrativa competente y, cuando convenga, adjúntese una lista de los importadores autorizados.

2-E.5 Derechos de aduana

- Sistema arancelario. Descripción de ciertos aspectos como la clasificación (SA, CUCI, etc.) y su aplicación a los productos correspondientes; bases de la evaluación; documentos necesarios; características especiales como contingentes arancelarios, devolución de derechos aduaneros, entrada reglamentada, etc.

- Aranceles especiales y otros impuestos a la importación para los productos de que se trata, que se aplican a las importaciones procedentes de su país y de otros países abastecedores. Haga constar concretamente cualquier tratamiento preferencial de que sea objeto el producto de que se trata, en virtud del GATT, de sistemas preferenciales para los artículos de los países en desarrollo, de la participación en una unión aduanera, una zona de libre comercio, etc., tal como se describe en el punto I.
- Cambios previstos o revisiones venideras.
- Disposiciones especiales para muestras o material publicitario.
- Posibilidades de importación en franquicia, como puertos francos o zonas comerciales, almacenes de depósito, exenciones especiales.

2-E.6 Otras reglamentaciones (descripción y documentación anexa)

- Control de divisas y procedimientos conexos que se apliquen, con excepción de la concesión de licencias, como controles de remesas, problemas de la convertibilidad de la moneda, sistemas de depósitos de importación y compensaciones.
- Reglamentaciones comerciales o *anti-dumping*, precio mínimo, competencia desleal, prácticas comerciales restrictivas, etc.
- Requisitos, normas y procedimientos pertinentes, relativos a la sanidad, la seguridad y la obtención de certificados, etc.
- Requisitos en materia de mercado, embalaje y rotulado. (Pueden indicarse en la secciones I.1 e I.2)
- Otros requisitos técnicos, procedimientos de comprobación, normas impuestas por la ley, sistemas de clasificación, etc., y métodos de aprobación.
- Consideraciones sobre patentes y derechos de reproducción.

2-E.7 Reseña de todos los documentos exigidos.

2-F Análisis de la demanda

2-F.1 Principales tipos y calidades que se compran

- Descripción, mediante las especificaciones comerciales si es posible y otras características pertinentes, como la calidad, la clasificación, los tamaños, los colores, estilo, diseño, la gama o selección de los materiales, las tolerancias, la eficacia, las características en cuanto a la energía eléctrica, etc.
- Marcas dominantes. Nombres, participación en el mercado, razones de su éxito. Envío de documentación y muestras si es posible.
- Comparaciones entre la naturaleza (calidad, tipo, etc.) de los productos importados y la de los de producción nacional.
- Usos y costumbres relacionados con el producto.

2-F.2 Características del consumidor o usuario

- Para los productos de consumo, describir los principales sectores del mercado en función de las zonas y la concentración geográficas, los ingresos, la edad, los antecedentes raciales o culturales, el sexo, la educación, la categoría profesional, la clase social, las costumbres en materia de compra, etc.

- Para los productos industriales, identificar las industrias de los usuarios y la proporción de las compras que corresponde a cada una de ellas, así como los compradores principales dentro de cada uno de los sectores industriales más importantes. Indicar los nombres y las direcciones, las ventas y el activo, el límite de crédito concesible, etc.
- Si el Estado es un comprador importante del producto, determinar cuál es el organismo encargado de las compras en particular y explicar los procedimientos de compra y licitación.
- Describir el mercado o establecimientos públicos; determinar a los compradores importantes de la industria hotelera, los hospitales, las escuelas y otras instituciones.
- Indicar cuáles son los principales sectores del mercado que el propio país debería tener en vista para desplegar su actividad comercial.

2-F.3 Actitudes del usuario y del ramo comercial

- Examinar las actitudes de los consumidores o los compradores industriales, minoristas, mayoristas, importadores, etc., respecto de los productos y los abastecedores del mercado, en la medida en que influyen en las perspectivas que se ofrecen al propio país para introducirse en el mercado o acrecentar su participación en el mismo. Hacer referencia a ciertos factores como fijación de precios; especificaciones, calidad y eficacia; clase, modelo, gustos y preferencias; variedades del producto; preferencias en cuanto a la procedencia; actitudes con respecto a las importaciones en general; plazos de entrega; servicios; disponibilidad de piezas de repuesto.

2-F.4 Posición competitiva para con otros importadores

- Comparar los productos importados del propio país con los productos rivales de producción nacional y los importados de otros países, en función de los precios, las características especiales, el lugar que ocupan en la gama general de los productos disponibles, la calidad, etc.
- Ventajas e inconvenientes que encontrarían los proveedores del propio país con respecto a los extranjeros, en aspectos tales como los costos de embarque.

2-G. Precios y cotizaciones

2-G.1 Precios de los principales productos comparables, los de fabricación nacional y los importados, a cada nivel de la distribución, comenzando con los precios de fábrica o CIF. Variaciones por temporadas, si las hay.

2-G.2 Descuentos por pago al contado y según importancia de las órdenes de compra en cada etapa de distribución.

2-G.3 Elementos del precio o asignaciones por instalación, servicio de posventas, promoción, etc.

- 2-G.4** Tendencias del precio en las distintas fases de la distribución y sus proyecciones.
- 2-G.5** Acuerdos vigentes en materia de precios (asociación comercial, etc.).
- 2-G.6** Comisiones de agencia
- 2-G.7** Márgenes normales de ganancia en cada etapa de la distribución .
- 2-G.8** Impuestos internos sobre beneficios, condiciones indirectas, impuestos sobre las compras y las ventas, etc.
- 2-G.9** Otros costos, como los derechos de muelle y de almacenaje, derechos de documentación, etc.
- 2-G.10** Método preferido de fijación de los precios a la importación (FOB, CIF, etc., con mención de los puertos correspondientes).
- 2-G.11** Modalidades de pago más generalizadas.
- 2-G.12** Condiciones del crédito.

2-H. Requisitos comerciales

2-H.1 Embalaje para el transporte

- Tamaños y pesos.
- Materiales y contenedores .
- Mercado.
- Consideraciones climáticas especiales u otras.

2-H.2 Responsabilidad por mercancías deterioradas o inaceptables

2-H.3 Empaquetado para el consumo

- Tamaños, formas y tipos de embalaje.
- Materiales.
- Clases y tendencias del diseño gráfico.
- Preferencias del consumidor.
- Consideraciones técnicas.
- Rotulado: idiomas; requisitos jurídicos; elementos recomendados, como el modo de empleo.

2-H.4 Servicios

- Prácticas referentes a garantías, instalación, servicio de entretenimiento y reparaciones, existencias, piezas de recambio, plazo de entrega, formación para el servicio de ventas, etc., y su importancia.

2-H.5 Variaciones de la compra o el aprovisionamiento, según las temporadas

2-H.6 Documentos comerciales requeridos

2-H.7 Importes mínimos de los pedidos.

2-I. Canales de distribución

2-I.1 Sistema de distribución

- Descripción del sistema nacional de distribución, desde los importadores hasta los usuarios finales. Explicar la función de los comisionistas, los mayoristas, los negociantes importadores, las organizaciones de compras, las cadenas de almacenes, los grandes almacenes, las empresas de venta por correspondencia, etc., en la importación y comercialización del producto.
- Diferencia de las estructuras de la distribución entre los artículos importados y los producidos en el país.
- Estimación del número de empresas individuales que manipulan el producto en cada fase de la cadena de distribución.
- Estimación del porcentaje de las importaciones totales del producto correspondiente a distintos tipos de empresas importadoras: negociantes importadores, minoristas que importan directamente, etc. Hacer constar cualquier modificación aportada al producto al pasar por cada tipo de empresa.

2-I.2 Empresas principales

- Nombres de los distintos importadores más importantes del producto (fabricantes y otros usuarios finales de importancia, así como importadores, agentes, mayoristas, organismos de compras, etc.). (Detalles en el anexo.) Indicar para cada uno:
- Su especialización en función del tipo de producto, la gama de precios y el sector del mercado.
- Una estimación de su participación en el mercado y las fuentes de asesoramiento por países.
- La organización de la distribución: número de vendedores; cantidad y tipo de los puntos de venta al por menor; zona geográfica abarcada; servicios de reparaciones.
- Las razones del éxito de los más dinámicos.

2-I.3 Canales recomendados

- Ventajas e inconvenientes de las distintas variantes de la distribución.
- Métodos sugeridos para encontrar agentes.

2-I.4 La legislación de las agencias

2-J. Promoción de las ventas y publicidad comercial

2-J.1 Gastos

- Niveles medios de los gastos de promoción ocasionados por distintos tipos de actividades de fomento a varios niveles de distribución, en total y como porcentaje de las ventas.
- Gastos por marcas principales, totales y como porcentaje de las ventas.
- Prácticas promocionales de reparto de los costos entre abastecedores, distribuidores y minoristas..

2-J.2 Técnicas

- Importancia de los nombres y las marcas comerciales.
- Técnicas de publicidad y promoción de las ventas que se suelen utilizar para la promoción de productos comparables ante el ramo y ante los usuarios o consumidores, inclusive las visitas de ventas, los anuncios por medios publicitarios, otras campañas extraordinarias de promoción como la que se lleva a cabo en almacenes, ferias comerciales, exposiciones privadas, etc.
- Los medios que se utilizan con mayor frecuencia para hacer publicidad sobre el producto ante el ramo, los compradores industriales, los consumidores. Costos.
- Las ferias comerciales y las exposiciones más importantes, mencionando lugar, zona abarcada y fechas.

2-K. Transporte (MUY IMPORTANTE)

2-K.1 Servicio internacional marítimo y aéreo del propio país

- Frecuencia
- Posibilidades de fletamento
- Fletes (costo del transporte desde Costa Rica al país estudiado), inclusive las rebajas por expediciones en gran cantidad y las efectuadas a clientes asiduos
- Posibilidades de refrigeración y de uso de contenedores y sus ventajas
- Manipulación portuaria, e instalaciones de almacenaje y de conservación en frigoríficos

2-K.2 Interior

- Por carretera, ferrocarril, etc., mencionando sus costos relativos y sus ventajas.

→ ANEXOS

1. Catálogos y demás materiales relativos a los productos que hacen la competencia en el mercado.
2. Muestras o fotografías del empaquetado, o ambas.
3. Agentes o distribuidores recomendados para la importación:
 - Entrevistados durante la realización del estudio e interesados.
(Adjunte indicaciones confidenciales sobre el límite del crédito concesible, el tipo y la importancia de la organización, las agencias rivales, la zona abarcada, el sitio, las organizaciones y las técnicas de ventas, la competencia técnica, etc.; y también sus esperanzas en relación con el crédito, el respaldo promocional, el aprovisionamiento y con la entrega.)
 - Otros que puedan estar interesados.
4. Nombres y direcciones de los principales usuarios finales o agrupaciones de compras (cuando convenga).
5. Reglamentación relativa al establecimiento de organizaciones locales de ventas y servicios y a las existencias conservadas en consignación.
6. Principales asociaciones comerciales e industriales (nombres, direcciones, funciones).
7. Documentaciones sobre requisitos sanitarios, normas de seguridad, etc.
8. Bibliografía y fuentes de información para las actividades complementarias.

NOTAS ACLARATORIAS:

La **Bibliografía** comprende proyectos de graduación, libros, revistas, folletos de instituciones, notas e informes técnicos de periódico, leyes, tratados, reglamentos y otros; ordenados alfabéticamente, separados por tipo de documento y con indicación de los capítulos aplicables a la investigación.

En el caso de páginas de internet, éstas deberán tener la dirección completa de donde se tomó la información.

Debe estar presentada correctamente, con alguno de los métodos convencionales presentados en los libros de Metodología de la Investigación, tales como:

- Azofeifa, Isaac. Guía para la investigación y desarrollo de un tema. Editorial UCR. San José, Costa Rica. Año de publicación.
- Eco, Humberto. Como se hace una tesis. GEDISA, S.A., Quinta edición. Barcelona, España. Año de publicación.
- Méndez, Odilón. La investigación científica. Editorial Juricentro. San José, Costa Rica. Año de publicación.
- Zorrilla, Santiago y Torres, Miguel. Guía para elaborar la tesis. Mc Graw-Hill, segunda edición. México, D.F., México. Año de publicación.

Los **Anexos** se refieren a explicaciones o materiales, afines a los planteamientos incluidos en el cuerpo principal del trabajo. Puede incluir cualesquiera materiales bibliográficos oportunos, a efectos de darle mayor crédito y rigurosidad a la propuesta y su presentación es opcional.