

ESTRATEGIAS COMERCIALES PARA PRODUCTOS AGRICOLAS

NELLY YONE MACIZO FERNANDEZ
ESPECIALISTA EN GESTIÓN EMPRESARIAL



RECOMENDACIONES:



Evitar
distractores



**¡Participación
activa!**



Compromiso
para el cambio

OBJETIVO DE APRENDIZAJE

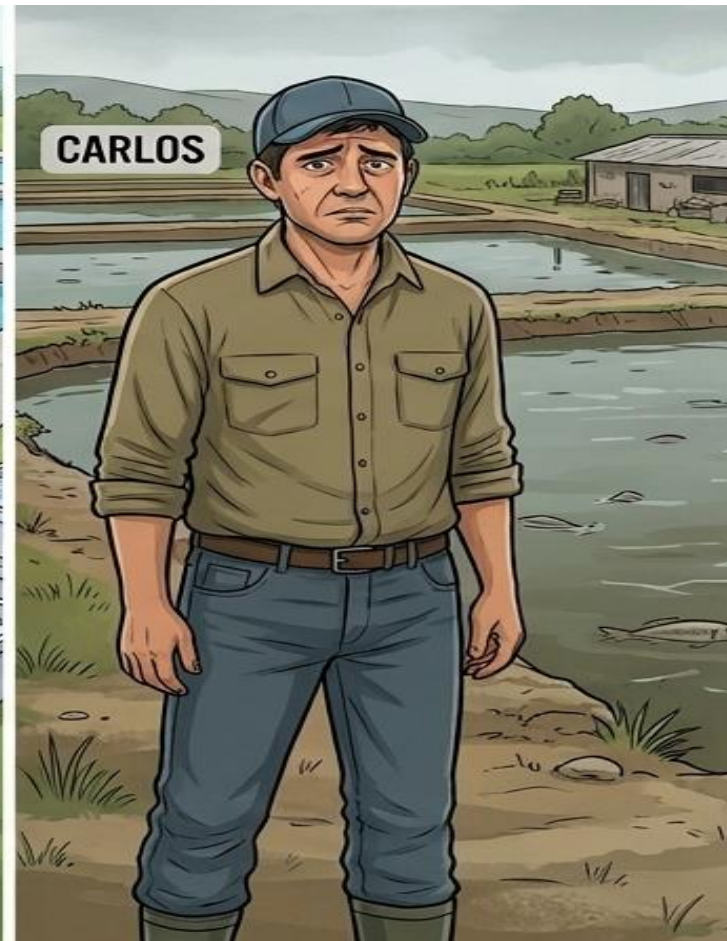
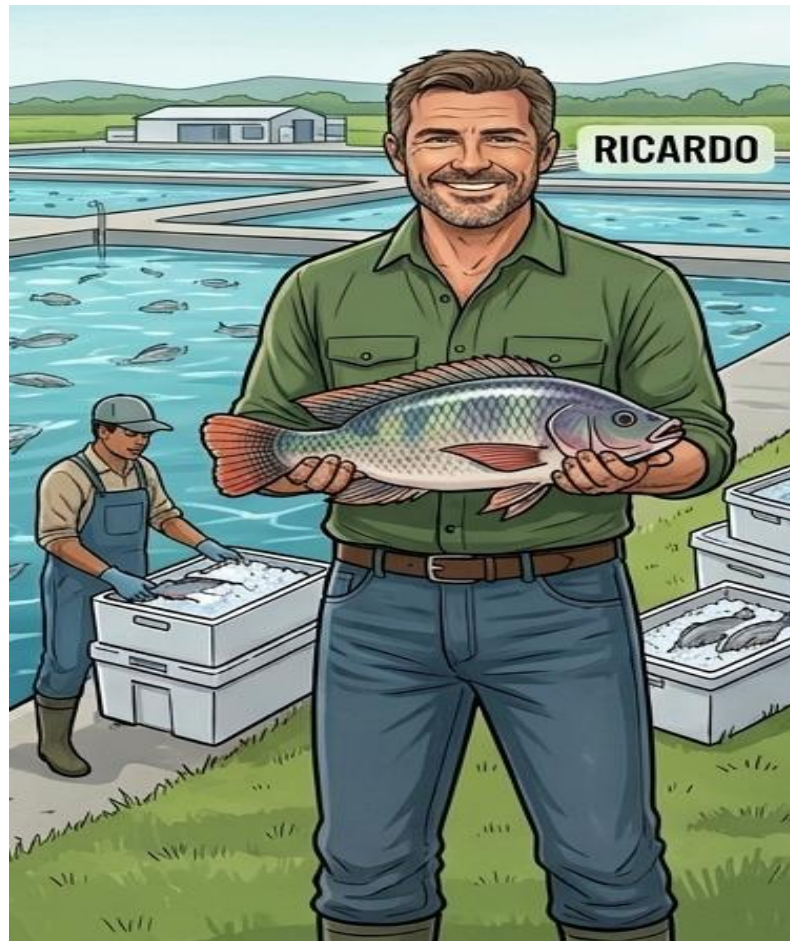
- Identificar oportunidades.
- compradores potenciales.
- Analizar precios de mercado.
- Definir estrategias de negociación.
- Distribución de productos acuícolas.



**¿Por qué algunos
productores venden
mejor que otros?**

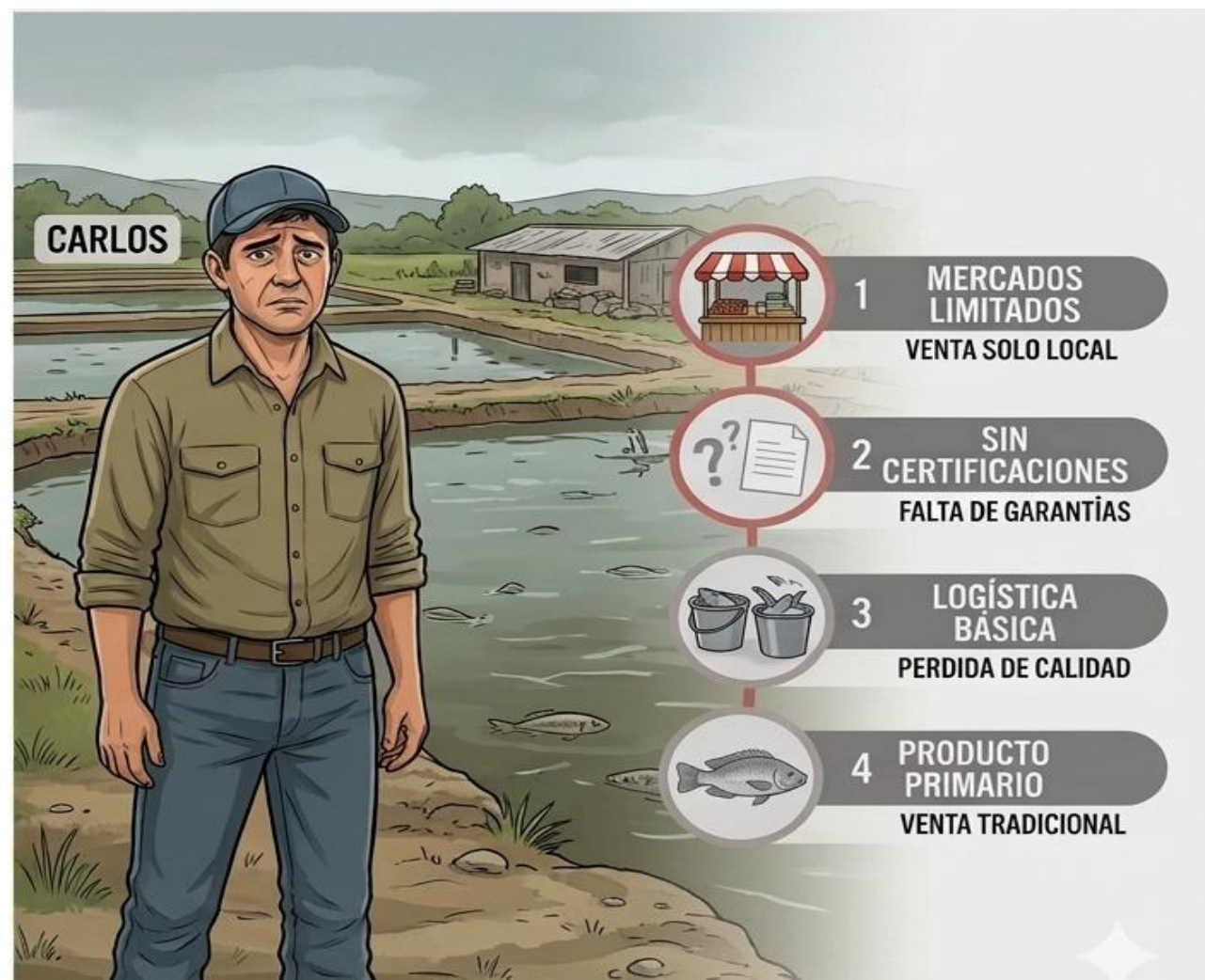
REFLEXIÓN:

MISMO PRODUCTO, MISMA CALIDAD, RESULTADOS DIFERENTES:



REFLEXIÓN:

LO QUE ESTÀ HACIENDO BIEN Vs LO QUE LE FALTA HACER



¿Qué entendemos por Estrategia comercial?

Es un plan de acción estructurado que implementa la empresa para conectar su propuesta de valor con el mercado, atrae clientes potenciales y maximizar las ventas de forma sostenible.

Los 4 pilares de una estrategia comercial exitosa

Pilar 1: Identificación de Compradores

Pilar 2: Conocer los precios

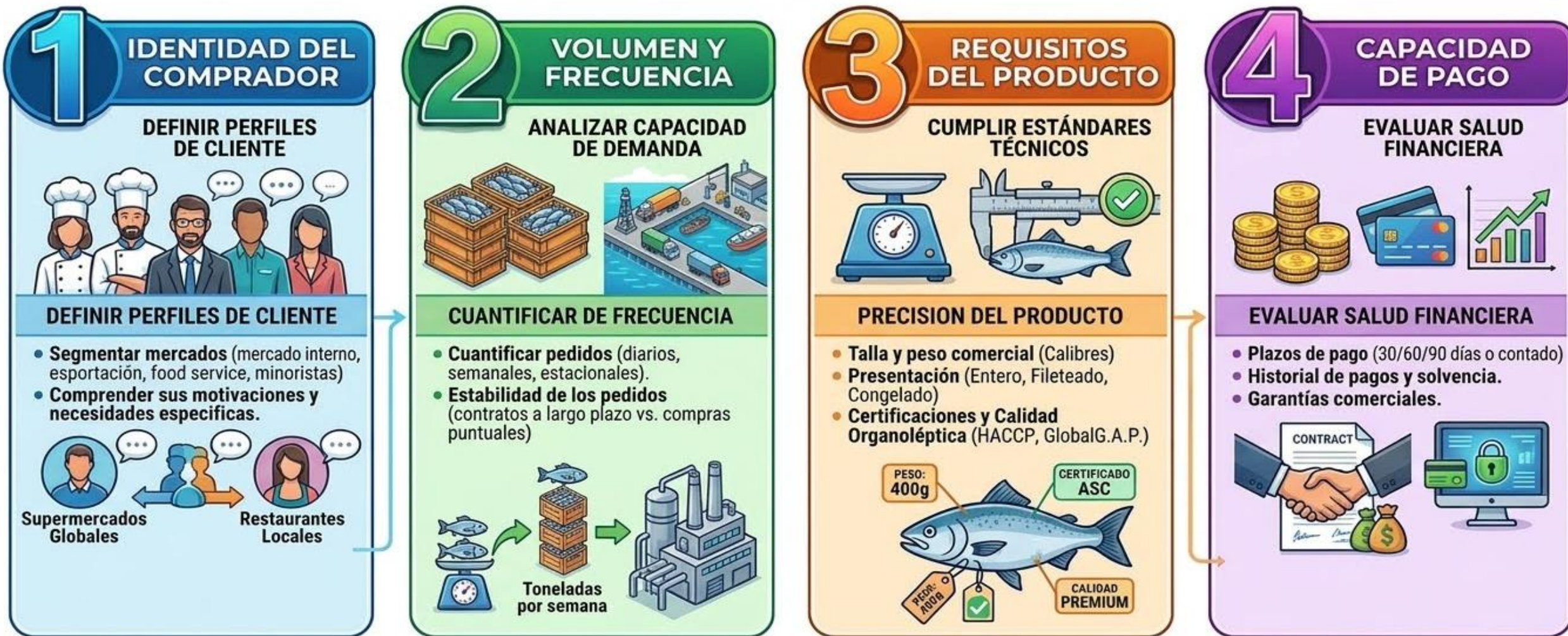
Pilar 3: Negociar y reducir riesgos

Pilar 4: Elegir el mejor canal de venta

Muchas empresas producen adecuadamente, pero pierden rentabilidad porque no cuentan con una estrategia comercial clara.

PILAR 1: IDENTIFICACIÓN DE COMPRADORES






Antes de vender debemos identificar:



CUADRO COMPARATIVO DE POSIBLES COMPRADORES POR PRODUCTO:

Producto	Caso de Estudio	Tipo de Mercado	Cliente Objetivo
 Trucha	Caso 1: Puno	Nacional	Mayoristas de Lima
		Retail	Supermercados
		Horeca	Restaurantes y hoteles
		Exportación	Importadores especializados
 Langostino	Caso 2: Tumbes	Exportación	Brokers
		Exportación	Importadores
		Procesamiento	Plantas empacadoras
 Concha de Abanico	Caso 3: Sechura	Europa	Importadores
		EE.UU.	Distribuidores
		Horeca	Cadenas especializadas

HERRAMIENTAS PARA BUSCAR COMPRADORES:

Herramienta	Tipo de Acceso	Información Clave que Brinda	Aplicación Práctica en Acuicultura
 Veritrade	Privado (Pago)	• Nombres de compradores internacionales.	Espiar a la competencia: Averiguar a qué clientes exactos en el extranjero le están vendiendo los otros productores peruanos.
		• Precios reales de compra de la competencia.	
		• Volúmenes exactos despachados en kilos y dólares.	
 SIICEX	Público (Gratuito)	• Requisitos sanitarios del país de destino.	Validar barreras de entrada: Conocer qué certificados y límites de contaminantes te exigirá el comprador antes de enviarle el producto.
		• Aranceles y acuerdos comerciales.	
		• Fichas técnicas de mercados hidrobiológicos.	
 PromPerú	Público (Apoyo Estatal)	• Acceso a Ruedas de Negocios.	Contacto directo: Participar en mesas de negociación programadas para vender trucha, langostino o conchas directamente a supermercados globales.
		• Agendas de compradores precalificados.	
		• Capacitación en rutas exportadoras.	
 SUNAT Aduanas	Público (Gratuito)	• Registro oficial de salidas del país (DAM).	• Puertos y rutas de envío más utilizadas.
		• Estadísticas generales de exportación.	
 Ferias Comerciales	Mixto (Inversión en viaje/entrada)	• Contacto cara a cara con directores de compras.	Cerrar tratos de alto valor: Negociar contratos anuales masivos en eventos clave como la <i>Seafood Expo Global</i> (Barcelona) o <i>Expoalimentaria</i> (Lima).
		• Tendencias de empaque y formatos.	
		• Análisis en vivo de la competencia mundial.	

DINÁMICA:

Si tuvieras 10 toneladas de producto listas para vender mañana:

¿A quién llamarías primero?

- Mayorista
- Supermercado
- Exportador
- Broker

PILAR 2: COMPARACIÓN Y ANÁLISIS DE PRECIOS



RESUMEN DE LA FÓRMULA DEL PRECIO MÍNIMO DE VENTA EN ACUICULTURA.



PILAR 3: NEGOCIACIÓN Y GESTIÓN DE RIESGOS

IDEA FUERZA:
Vender no es solo acordar un precio.



1. FORMA DE PAGO



MÉTODOS DE PAGO Y PLAZOS

PAGO A PLAZOS / EFECTIVO

2. VOLUMEN



CANTIDADES DE PRODUCTO

DESCUENTOS POR CANTIDAD

3. CALIDAD



ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

GARANTÍAS DEL PRODUCTO

4. PLAZOS



FECHAS DE ENTREGA

RESPUESTA A PEDIDOS

5. RESPONSABILIDADES



ACUERDOS LEGALES

RESPONSABILIDAD DEL VENDEDOR / COMPRADOR

GESTIÓN DE RIESGOS



MITIGACIÓN DE RIESGOS



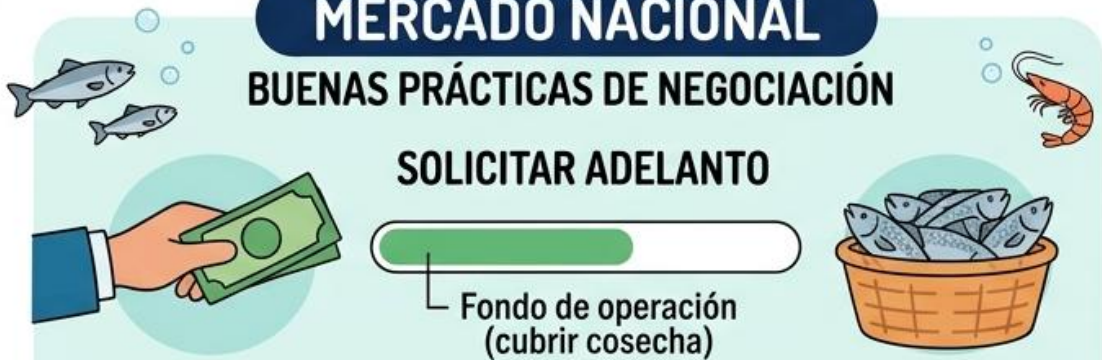
EVALUACIÓN DE RIESGOS

BUENAS PRÁCTICAS DE NEGOCIACIÓN ACUICOLA:

MERCADO NACIONAL

BUENAS PRÁCTICAS DE NEGOCIACIÓN

SOLICITAR ADELANTO



PAGO CONTRA ENTREGA



CRÉDITOS CORTOS



EXPORTACIÓN

PREFERIR HERRAMIENTAS FINANCIERAS



COBRANZA DOCUMENTARIA



CÓMO RESPONDER A OBJECIONES



SEGURO DE CRÉDITO



RIESGOS FRECUENTES EN ACUICULTURA & VALOR COMERCIAL

MENOR RIESGO



MAYOR PRECIO



CASO TRUCHA



MORTALIDAD: SENSIBILIDAD A CALIDAD DEL AGUA (OXÍGENO, AMONIO)
→ FALLA EN SUMINISTRO A MERCADOS



INCREMENTO DEL ALIMENTO: PRECIOS INDEXADOS A HARINA DE PESCADO Y FCA
→ VENTA A PÉRDIDA

CASO LANGOSTINO



FENÓMENO EL NIÑO: LLUVIAS, DESBORDES DE POZAS, ESTRES HÍDRICO
→ PÉRDIDA DE BIOMASA Y DESABASTECIMIENTO



ENFERMEDADES (ej. Mancha Blanca): ALTA MORTALIDAD Y BLOQUEO DE MERCADOS
→ CIERRE DE CANALES COMERCIALES

CASO CONCHA DE ABANICO



BIOTOXINAS (MAREAS ROJAS): ACUMULACIÓN EN CARNE Y CIERRE DE ZONA
→ CÁRGA DETENIDA PARA EXPORTACIÓN



VARIABILIDAD CLIMÁTICA: CALENTAMIENTO, BAJO OXÍGENO Y POCO ALIMENTO
→ ALTA MORTALIDAD Y CRECIMIENTO LENTO



MENSAJE CLAVE: EL COMPRADOR PAGA MÁS CUANDO PERCIBE MENOS RIESGO

IMPLEMENTA SEGURIDAD Y CERTIFICACIONES PARA BLINDAR TU VALOR COMERCIAL.

PILAR 4 : CANALES DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN

¿ Vender directo o usar intermediarios?

COMPARATIVA DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN ACUÍCOLA

Aspecto	Venta Directa	Intermediario
Margen	ALTO ↑ Mayor rentabilidad por kilo	MEDIO Margen compartido
Riesgo	ALTO ⚠ Riesgo de cobranza individual, logística	MENOR ✓ Riesgo transferido al comprador masivo
Control	ALTO Control de la marca, precio y calidad final	BAJO Pérdida de control sobre precio y manejo final
Inversión comercial	ALTA Necesidad de marketing, transporte refrigerado, equipo de ventas	BAJA Menor gasto operativo y publicitario

RECOMENDACIONES:



REFLEXIÓN:

- 1. ¿Quién me compra?**
- 2. ¿A qué precio me conviene vender?**
- 3. ¿Cómo reduzco el riesgo de la operación?**
- 4. ¿Cuál es el mejor canal para llegar al mercado?**

¡Gracias!

Te invitamos a seguirnos en
nuestras redes sociales



@tuempresagobpe



914 104 392



PRODUCE
Ministerio de la Producción

**¡EL PERÚ A TODA
MÁQUINA!**