

RESUMEN EJECUTIVO

La clave en el desarrollo de una estrategia de entrada a un mercado foráneo, es realizar un acercamiento de la empresa con éste, a través de la búsqueda de información e investigación en los mercados. Al examinar las opciones de negocios disponibles, debemos tener en mente las fortalezas y debilidades de la compañía como también las oportunidades y amenazas existentes en el mercado.

Heveco Limitada tiene experiencia en mercados internacionales, además cuenta con productos de alta y variada calidad que le permiten a la compañía destacarse a nivel internacional. Su política de precios esta basada en precios estándares de fábrica, los cuales incluyen los costos de transporte y mano de obra en que se incurren.

La compañía está interesada en ventas directas con un cultivador profesional de plantas y hortalizas, además de encontrar un distribuidor de sus productos en Chile. Una vez concluida la misión en Chile, la compañía deberá elegir una de esta opciones, ya que con la política de precios existente impide que ambas se lleven a cabo, puesto que al realizar ventas directas competiría con su propio distribuidor, lo cual traería consecuencias negativas.

Una tercera opción es establecer relación con una empresa de re-empaque. En Chile la turba se vende al mercado minorista en pequeños paquetes de 200 gramos, esto indica el alto valor que se le asigna al producto, al contrario de los 4 y 6 pies cúbicos utilizados en Norteamérica.

El transporte es un factor importante a considerar, ya que debido a la distancia existente entre Chile y Canadá, el costo y por ende el precio de venta aumenta considerablemente, por ello es necesario estudiar este aspecto en profundidad.

Una vez que Heveco elija su alternativa de negocio, deberá focalizar su esfuerzo de marketing, para así posicionar su producto en el mercado chileno.