

Brief para el Estudio de Mercado y Plan Estratégico para la Promoción de la Carne Vacuna Argentina en China y Hong Kong¹.

Objetivo General

Realizar un Estudio del Mercado de Carne Vacuna Refrigerada y Congelada, con y sin Hueso y Menudencias en China y Hong Kong, que permita identificar la estructura actual del mercado, localización y caracterización de la demanda, distribución y comercialización, identificación de principales players en cada eslabón de la cadena, descripción y tendencias del Consumo.

Objetivos Específicos

- 1- Definir la estructura del mercado, su situación actual y perspectivas futuras
- 2- Determinar estrategias de promoción de acuerdo a cada segmento de mercado y puntos de venta.
- 3- Deberá complementarse con el desarrollo de un Plan Estratégico de Promoción y Comunicación para la Carne Vacuna Argentina Refrigerada y Congelada, con y sin Hueso y Menudencias en China y Hong Kong.
- 4- Definir tipo de productos a promocionar, ciudades, mercados, segmentos de mercado y targets específicos, con acciones de promoción que permitan posicionar la imagen de la carne vacuna en estos mercados, mejorando su participación de mercado.

Metodología

El estudio se realizará a partir del análisis de fuentes secundarias de información y en particular del relevamiento de información primaria a partir de contactos con informantes calificados del sector, acceso a bases de datos propias o adquiridas, es deseable que se consideren estadísticas de 5 a 10 años anteriores a la fecha de realización de estudio para su análisis prospectivo.

Deberá incluir los siguientes puntos:

Producción de carne en China y Hong Kong

¹ En el caso que la empresa no pueda desarrollar el presente estudio en Hong Kong deberá indicarse de forma expresa en su propuesta metodológica y económica.

Caracterización del rodeo vacuno: razas, stock, composición, faena, producción de carne, etc. Localización de las zonas de producción. Caracterización de la producción actual y tendencia futura.

Caracterización de la Oferta

-Oferta local actual de carne vacuna Refrigerada y Congelada, con y sin Hueso y Menudencias. Tamaño actual de la oferta y tendencia futura, especificando; tipo de producto, cortes, tipificación, forma de presentación, calidad y precios etc. Sistema de comercialización y distribución de la oferta local.

-Composición de la oferta externa de Carne Vacuna Refrigerada y Congelada, con y sin Hueso y Menudencias:

Países de origen y países de procedencia de la carne importada. Participación de la oferta externa en el total de la oferta disponible en el mercado. Identificación de la oferta externa por país de origen: tipo de producto, cortes, tipificación, forma presentación, calidad, precio, canales de distribución y comercialización, posicionamiento en el mercado.

Condiciones de Acceso Al Mercado, Operatoria de Importación y Transporte.

Tratamiento Arancelario General y preferencias arancelarias por producto y país de origen. TLC's

Análisis de la normativa vinculada a la importación y comercialización en el mercado de China y Hong Kong para Carne Refrigerada y Congelada, con y sin Hueso y Menudencias.

Puertos y/o aeropuertos de ingreso. Nacionalización del producto; procedimientos administrativos y aduaneros, impuestos, certificaciones, controles sanitarios y de calidad. Costos. Zonas especiales aduaneras: caracterización y beneficios otorgados para la importación de carne e internalización a China continental.

Estructura y logística del transporte de la carne vacuna en el mercado doméstico, para carne congelada y carne refrigerada con y sin hueso y menudencias

Caracterización de Distribución de la carne vacuna

-Canales de distribución de Carne Vacuna Refrigerada y Congelada, con y sin Hueso y Menudencias. Análisis de los canales de distribución institucionales y privados: importadores, distribuidores, mayoristas y minoristas. Market share de cada uno de los canales dentro de la distribución total de carne y perspectivas de crecimiento. Caracterización de cada uno de los canales: sistema de abastecimiento, requisitos de calidad y certificaciones de proceso y

producto, volúmenes comercializados y características de su demanda: tipo de producto, cortes, tipificación, forma presentación, normas de etiquetado, calidad. Condiciones de compra: volúmenes promedio, condiciones de compra y condiciones de pago.

-Identificación y Caracterización de las principales empresas dentro de cada eslabón de la cadena de distribución y participación de mercado de cada una de ellas. Localización geográfica de los principales centros demandantes.

Caracterización de la Comercialización de la carne vacuna

Análisis de los principales canales de comercialización de carne vacuna: mercados tradiciones, supermercados e hypermercados, HORECA y Sistemas de venta on line – ecommerce. Caracterización del tipo de producto comercializado en cada canal, modalidad de aprovisionamiento y comercialización.

Procesamiento en China de la carne importada (fraccionado y envasado) para su comercialización y consumo.

Caracterización de la Demanda

Caracterización del consumo actual y futuro de Carne Refrigerada y Congelada, con y sin Hueso y Menudencias. Identificación de las principales ciudades / regiones y segmentos del mercado. Modalidad y estacionalidad del consumo por región.

Tendencias y hábitos de consumo institucional y privado: preferencias del consumidor respecto a cualidades del producto. Modalidad de compra (puntos de venta, tipo de producto, forma de presentación, etc).

Consumo de carne vacuna fuera del hogar (HORECA)

Surgimiento de nuevas modalidades de consumo de carne vacuna.

Análisis de Precios de Carne Vacuna

Evolución de los precios a nivel de los distintos canales de comercialización
Diferenciación de precios en función del tipo de producto, forma de presentación, tipificación y cualidades diferenciales de los mismos
Márgenes de comercialización en cada eslabón de la cadena
Estacionalidad de los precios

Acciones de Marketing y Comunicación de la Competencia

Identificación de las distintas acciones de promoción de la competencia local y externa: campañas de publicidad, acciones de marketing directo, fidelización de actuales clientes, promociones y condiciones de venta, etc. Estrategias de posicionamiento.

Carne Vacuna Argentina

Caracterización de la participación de la carne vacuna argentina en el mercado chino:

- Posicionamiento del producto en el mercado chino. Percepción del mercado y los consumidores
- Posicionamiento del producto frente a igual producto proveniente de terceros mercados: calidad, precio, etc
- Canales de distribución actuales de la carne vacuna argentina: posibilidades de crecimiento dentro de estos canales, o estrategias de acceso a nuevos canales para nuevos productos (cortes de alto valor)
- Precios en los distintos canales de distribución, posicionamiento respecto a oferta local y oferta proveniente de terceros mercados.
- Destino y usos del producto: industria procesadora, trade, restauración, etc.

Conclusiones y Recomendaciones

Como resultado de la investigación realizada, el Estudio deberá identificar las oportunidades de mercado para la carne vacuna argentina, tipo de productos a comercializar, mercados y segmentos de mercados por cada tipo de producto y las estrategias de comercialización, marketing y comunicación para lograr la consolidación de las exportaciones argentinas de carne vacuna, el crecimiento de las mismas, tanto en volumen como en valor, y el desarrollo de nuevas oportunidades comerciales.

Condiciones particulares de participación en la Compulsa de Propuestas y Precios

1) Perfil y antecedentes de la Empresa

Preferentemente la firma debería contar con agencia publicitaria, agencia de marketing y comercialización.

La empresa debe tener por lo menos una antigüedad de 3 (tres) años en el mercado y presencia con filiales propias por lo menos en 2 (dos) ciudades de China, y capacidad de subcontratar en otras ciudades que no esté físicamente presente.

Deberá contar con antecedentes suficientes y presentar avales sobre su trayectoria en el trabajo a realizar, en el tema de estudio o temas similares y experiencia en análisis de mercados y comercialización de importación de alimentos.

2) Equipo de Investigación

Deberán realizar una presentación del equipo de profesionales a cargo del Estudio de Mercado, antecedentes y experiencia en el campo específico de investigación.

3) Plan de Trabajo y Cronograma de actividades

Detallar el plan de trabajo y su cronograma, relacionando las tareas de cada etapa (simultáneas y secuenciales) con su duración y objetivos propuestos en cada etapa.

4) Informe de Actividades y cronograma de actividades

Detallar los resultados esperados en cada etapa del trabajo, contemplando la elaboración de dos informes parciales y un informe final al concluir

5) Metodología de trabajo

Detallar materiales y métodos de investigación y fuentes de información, explicando la validez de la metodología propuesto.

6) Cotización

La cotización deberá realizarse en dólares americanos e incluirá el precio unitario y total (Impuestos incluidos) del trabajo de Estudio de Mercado, incluyendo en el presupuesto cotizado todos los gastos que demande el desarrollo y entrega del trabajo. Deberá detallarse formas de pago del trabajo realizado.

7) Fecha y Modalidad de Presentación de las Propuestas

Las propuestas deben ser enviadas a s.rey@ipcva.com.ar y a.scarano@ipcva.com.ar antes del **9 de Febrero de 2018**. Las propuestas, así como el Estudio de Mercado deberán ser presentadas en idioma español e inglés

Las empresas preseleccionadas deben obligatoriamente presentar sus propuestas en Buenos Aires, en fecha a definir, representadas por sus titulares o responsables debidamente autorizados, y sin costos para el IPCVA.

8) Consultas

Para mayores consultas los interesados deberán contactarse con Sergio Rey s.rey@ipcva.com.ar y/o Cecilia Benasayag a.scarano@ipcva.com.ar