Administración de Negocios Internacionales
Universidad del Pacifico

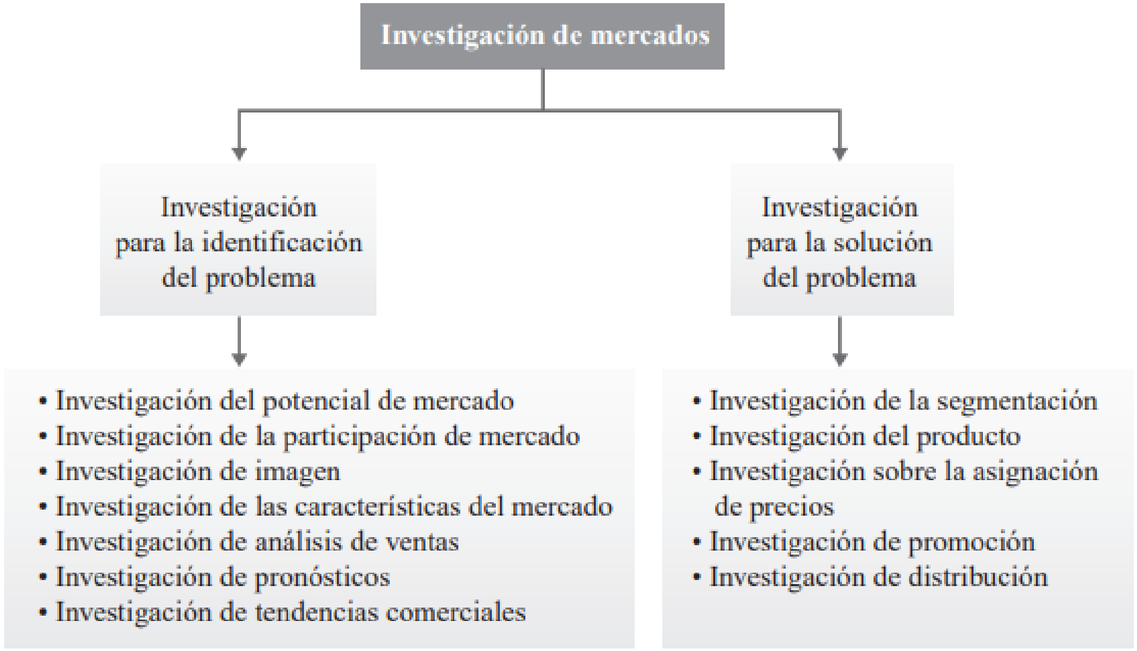
Perfil de Mercado



Erlendy Ibarbo Perlaza
Magister en Creación de Empresas
Especialista en Gerencia de Marketing Estratégico
Profesional en Comercio Exterior

CLASIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS





Naresh Malhotra



El problema

El primer paso en cualquier proyecto de investigación de mercados es definir el problema. Al hacerlo, el investigador debe considerar el propósito del estudio, la información antecedente pertinente, la información que se necesita y la forma en que se utilizará para la toma de decisiones. La definición del problema supone hablar con quienes toman las decisiones, entrevistas con los expertos del sector, análisis de los datos secundarios y, quizás, alguna investigación cualitativa, como las sesiones de grupo. Una vez que el problema se haya definido de manera precisa, es posible diseñar y conducir la investigación de manera adecuada.

- Definimos el problema desde el mercado
- Analizamos y diagnosticamos la empresa, definimos el problema desde la empresa

Pregunta	Sí/No	Justificación	¿Depende de la empresa?	Tiempo	Acciones propuestas
¿Ha seleccionado sus productos a exportar?	**Sí**	Se seleccionó el Shampoo con Extracto de Coco como producto de exportación y existe un portafolio definido.	Sí	-	Mantener actualizado el portafolio exportable.
¿Tiene documentada la ficha técnica de sus productos?	**Sí**	Se han elaborado fichas técnicas con composición, presentación, uso, clasificación arancelaria y requisitos sanitarios.	Sí	-	Actualizar las fichas según el mercado de destino.
¿Tiene disponibilidad de ofrecer el producto durante todo el año?	**Sí**	La producción no depende de temporadas y existe disponibilidad permanente de materias primas.	Sí	-	Fortalecer acuerdos con proveedores estratégicos.
¿Tiene ventas en una ciudad diferente a su domicilio?	**Sí**	La empresa comercializa sus productos en diferentes ciudades de Colombia mediante canales físicos y digitales.	Sí	-	Ampliar la red de distribuidores nacionales.
¿Tiene clientes nacionales e internacionales?	**Sí**	Cuenta con clientes nacionales y ha realizado pruebas comerciales en España y Chile.	Sí	-	Consolidar distribuidores internacionales.
¿La empresa cuenta con certificaciones de calidad?	**Sí**	Los productos cuentan con **Notificaciones Sanitarias Obligatorias (NSO) del INVIMA**.	Sí	-	Avanzar hacia certificaciones internacionales (ISO 22716 o Buenas Prácticas de Manufactura).
¿Identifica la ventaja competitiva de su producto?	**Sí**	Productos naturales, comercio justo, ingredientes del Pacífico colombiano, sostenibilidad y enfoque en cabello rizado.	Sí	-	Fortalecer la comunicación de la propuesta de valor.
¿Tiene un proceso de producción establecido y documentado?	**Sí**	Las formulaciones fueron estandarizadas y validadas en laboratorio.	Sí	-	Documentar procedimientos bajo BPM.
¿Conoce la capacidad de producción instalada?	**No**	No se evidencia una medición formal de la capacidad instalada mensual.	Sí	3 meses	Calcular capacidad instalada y capacidad ociosa.
¿Tiene una estructura de costos definida?	**Sí**	La empresa conoce los costos de producción y precios de venta de sus productos.	Sí	-	Actualizar costos para exportación incluyendo logística.
¿Tiene garantizada la proveeduría de materias primas?	**Sí**	Trabaja con proveedores y comunidades del Pacífico mediante principios de comercio justo.	Sí	-	Formalizar contratos de suministro.
¿Ha determinado los tiempos de entrega?	**No**	Se requiere documentar tiempos para pedidos nacionales e internacionales.	Sí	3 meses	Elaborar indicadores logísticos y tiempos de despacho.

¿Conoce los requisitos de empaque y embalaje para exportación?	**Parcialmente**	Se conocen requisitos básicos, pero deben adaptarse según el país de destino.	Sí	6 meses	Diseñar empaque internacional y manual de embalaje.
¿Ha establecido su pedido mínimo de exportación?	**No**	No existe un MOQ (Mínimum Order Quantity) formalmente definido.	Sí	3 meses	Definir cantidades mínimas por mercado y canal.
¿Cuenta con los vistos buenos necesarios para exportar?	**Sí**	Los productos poseen NSO del INVIMA y cumplen la regulación nacional; los requisitos dependerán del país destino.	Sí	-	Gestionar registros adicionales cuando el mercado lo requiera.
¿Cuenta con una imagen corporativa atractiva para un mercado internacional?	**Sí**	La marca posee identidad visual consolidada y un concepto basado en sostenibilidad y biodiversidad.	Sí	-	Adaptar etiquetas e imagen a mercados internacionales.
¿Tiene material promocional adecuado? ¿En cuántos idiomas?	**Parcialmente**	Existe material en español, pero aún no está completo en inglés u otros idiomas.	Sí	6 meses	Traducir catálogo, página web y fichas técnicas al inglés.
¿Cuenta con un equipo dedicado a la internacionalización?	**No**	Actualmente el proceso es liderado principalmente por la fundadora.	Sí	1 año	Crear un equipo o asignar un responsable de comercio exterior.
¿Ha participado en eventos comerciales nacionales o internacionales?	**Sí**	Participó en la **Macrorrueda Colombia, el País de la Belleza 2025** y en la **Macrorrueda de las Américas 2026**, además de realizar pruebas comerciales en España y Chile.			



Objetivos

El objetivo debe ser claro, específico, medible y alineado con la pregunta problema. Se define indicando qué se quiere investigar y para qué.

Ejemplo con internacionalización a Francia

Objetivo general: Analizar el potencial del mercado francés para la exportación de productos orgánicos del Pacífico colombiano y determinar las estrategias de ingreso más adecuadas.

Demanda: Analizar los patrones de compra y frecuencia de consumo del producto en el mercado objetivo.

Perfil del consumidor: Identificar las características sociodemográficas, preferencias y hábitos de consumo de los clientes potenciales en [país objetivo]

Competencia: Examinar las principales marcas y productos competidores en el mercado objetivo, evaluando su posicionamiento, precios y estrategias comerciales.



Objetivos específicos

Demanda: Analizar los patrones de compra y frecuencia de consumo del producto en el mercado objetivo.

Perfil del consumidor: Identificar las características sociodemográficas, preferencias y hábitos de consumo de los clientes potenciales en [país objetivo]

Competencia: Examinar las principales marcas y productos competidores en el mercado objetivo, evaluando su posicionamiento, precios y estrategias comerciales.

Factores Económicos: Evaluar el impacto de impuestos y costos de importación en la rentabilidad del producto.

Factores Logísticos: Identificar los costos y mejores rutas de distribución para la exportación del aceite de coco a Francia

Metodología

Definir el enfoque de Investigación: Cualitativo, Cuantitativo o Mixto

Tipo de investigación: Documental, Observación Participante, experimental, Concluyente-Descriptiva, etnografía etc.

Ejemplo: El proceso de configuración de un plan de negocios requiere del uso de la investigación como herramienta para la recolección de información pertinente que permita delimitar el perfil consumidor y conocer sus necesidades y deseos para desarrollar productos innovadores y sostenibles. En caso de Craftour, se realizará una investigación desde el enfoque mixto, en un principio cualitativo, con finalidad documental (Sampieri, 2018),

Tipo de investigación



Enfoque: Cuantitativo si es para analizar demanda o preferencias de los consumidores

Cualitativo: para analizar factores culturales

Finalidad de la Investigación:

Documental, para analizar fuentes secundarias
Descriptiva para recopilar datos que describan un fenómeno o un grupo de personas.

Recolección de datos



Encuesta: Cuando la investigación es Cuantitativa y descriptiva

Google forms

Entrevista: Cuando la Investigación es cualitativa y se requiere realizar grupos focales

Publico objetivo: Perfil del consumidor

Tamaño de la muestra



Margen de error

Nivel de confianza

Población finita o Infinita

Ver tabla



Tamaño de la muestra



Tabla de tamaños de muestra Poblaciones infinitas

Nivel de confianza

Error de muestreo

	99%	98%	97%	96%	95%	94%	93%	92%	91%	90%
1.0%	16587	13530	11773	10545	9604	8843	8208	7662	7186	6764
1.5%	7372	6013	5233	4687	4268	3930	3648	3405	3194	3006
2.0%	4147	3382	2943	2636	2401	2211	2052	1916	1796	1691
2.5%	2654	2165	1884	1687	1537	1415	1313	1226	1150	1082
3.0%	1843	1503	1308	1172	1067	983	912	851	798	752
3.5%	1354	1104	961	861	784	722	670	625	587	552
4.0%	1037	846	736	659	600	553	513	479	449	423
4.9%	691	564	490	439	400	368	342	319	299	282
5.0%	663	541	471	422	384	354	328	306	287	271
5.5%	548	447	389	349	317	292	271	253	238	224
6.0%	461	376	327	293	267	246	228	213	200	188
6.5%	393	320	279	250	227	209	194	181	170	160
7.0%	339	276	240	215	196	180	168	156	147	138
7.4%	303	247	215	193	175	161	150	140	131	124
8.0%	259	211	184	165	150	138	128	120	112	106
8.5%	230	187	163	146	133	122	114	106	99	94
9.0%	205	167	145	130	119	109	101	95	89	84
9.5%	184	150	130	117	106	98	91	85	80	75
10.0%	166	135	118	105	96	88	82	77	72	68