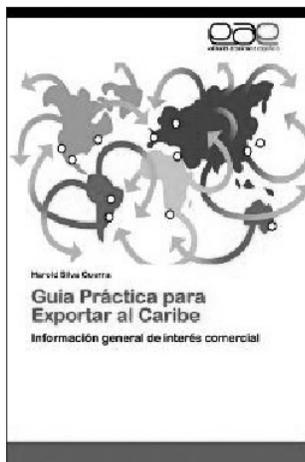


Reseña bibliográfica/Book review



GUÍA PRÁCTICA PARA EXPORTAR AL CARIBE

Autor: Harold Silva Guerra

Editorial: Editorial Académica Española

Año: 2012

Formato: libro 240 páginas

ISBN-10: 3848463776

ISBN-13: 978-3848463770

La creciente implementación de TLCs en el mundo, impulso al autor a escribir una sencilla guía que sirva a aquellas empresas o personas que estén pensando en incursionar comercialmente en el Caribe, región cercana pero que por inexplicables motivos ha permanecido abandonada.

En esta guía el interesado encontrará indicaciones sencillas que le serán de mucha utilidad en el trámite de sus actividades comerciales.

Estos países, buscando fortaleza en una mesa de negociación se integraron en un tratado comercial, el 4 de julio de 1973, llamado CARICOM (Caribbean Community), cuyo fin es la cooperación entre sus miembros y consecuentemente lograr más beneficios para cada uno de ellos, teniendo en cuenta su exigua estructura industrial y su escasa oferta exportadora.

pensamiento y gestión, N° 33
ISSN 1657-6276 (impreso)
ISSN 2145-941X (on line)

Entre las principales oportunidades que ofrecen los países del Caribe están: agroindustria, materiales de construcción, las manufacturas, las confecciones y los servicios.

El autor muestra las mayores oportunidades comerciales de esta zona como las siguientes:

- a. **Agroindustria:** En relación con la confitería los potenciales clientes buscan marcas con estándares de Estados Unidos en cuanto al producto, calidad, empaque y servicio. Es importante ofrecer un empaque llamativo que pueda competir con marcas más posicionadas o de mayor tradición, además de información acorde a las condiciones del mercado, por ejemplo, idioma, información nutricional, aditivos, colorantes permitidos, nombre del producto, contenido neto (en libras o galones), nombre y dirección del productor/nombre y dirección del distribuidor (debe incluir calle, ciudad, estado y código postal, ingredientes contenidos y país de origen. El principal canal de distribución son los importadores / distribuidores que llegan tanto a minoristas como institucionales. Los principales canales son: colmados (pequeñas tiendas), surtidores (venta en la calle), supermercados, hoteles, restaurantes, colegios, corporaciones.

En Puerto Rico existe una buena oportunidad para los snacks salados como los cheese balls, palitos de queso, platanitos (verde y maduro), queso, pizza, sour cream y cebolla, BBQ y papas son las variedades preferidas por los potenciales consumidores. Sabores como pollo o limón no tiene potencial en este país.

- b. **Materiales de Construcción:** En Puerto Rico existe una preferencia por las puertas de exterior de madera maciza o de madera completa como cedro, caoba o eucalipto porque resisten a las polillas y el comején. Las puertas de madera de pino no tienen demanda porque no son resistentes a las plagas.
- c. **Manufacturas:** Los principales productos que más se demandan son: papel higiénico, papel toalla, desechables, servilletas, bolsas. Todos los productos anteriores deben tener estándares estadouni-

denses de tamaño del papel y calibre de las bolsas. Comúnmente, éste no es un mercado regido por lo orgánico o natural; está más influenciado por lo atractivo de los empaques y la calidad del producto. En Trinidad y Tobago existe una alta demanda por detergentes, jabones, artículos de aseo (escobas, esponjas, trapeeros, guantes). En República Dominicana y Puerto Rico existe un potencial por productos de limpieza como por ejemplo, trapeeros, escobas, esponjas, baldes, etc. Por otro lado, en el Caribe existe gran potencial para material promocional ya que no existe una oferta local fuerte.

- d. **Prendas de vestir:** Existe demanda por uniformes porque no hay empresas locales que los fabriquen. Los potenciales clientes son: bancos, hoteles, multinacionales y colegios. La preferencia en uniformes es a utilizar telas ligeras adecuadas para la temperatura tropical. Además, existe un potencial para los productos de dotación hotelera como ropa de cama y toallas.
- e. **Servicios:** En el Caribe buscan destinos en el extranjero con liderazgo en avances tecnológicos para sus procedimientos médicos, que sean de fácil acceso y seguros. Entre las principales especialidades demandadas son: Oncología, cardiología, fertilidad, chequeos ejecutivos y oftalmología. Adicionalmente, existen oportunidades para participar en licitaciones con los gobiernos (es importante tener un aliado local), infraestructura vial y de vivienda, acueductos y electricidad, construcción de puertos, hospitales, vivienda de interés social, estaciones de bomberos y policía. En todo el Caribe se debe establecer alianzas con un local para participar en licitaciones tanto públicas como privadas.

A través de esta guía se busca facilitar el acercamiento exitoso con los países del Caribe, para bien de ellos, y del resto del mundo.