

22 de septiembre de 2026

Sesión n°22:

Exploración de oportunidades de mercado internacionales e intrarregionales para las pymes agroalimentarias del Caribe



*Serie sobre las Empresas
Agroalimentarias del Caribe*



Financiado por
la Unión Europea



De los datos comerciales a las decisiones de mercado

IDENTIFICACIÓN Y ACCESO A
OPORTUNIDADES DE MERCADO PARA LAS
MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS
(MIPYMES) AGROALIMENTARIAS DEL CARIBE



Interpretar el mercado: de la oportunidad al acceso al mercado

Exploración de oportunidades internacionales e intrarregionales para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) agroalimentarias del Caribe

Los datos comerciales pueden indicarnos dónde están surgiendo oportunidades.
La inteligencia de mercado ayuda a determinar si se trata de las oportunidades adecuadas para su empresa.



Demanda

¿Dónde está el mercado?



Oportunidad

¿Dónde está el potencial?



Acceso al mercado

¿Puedo competir allí?

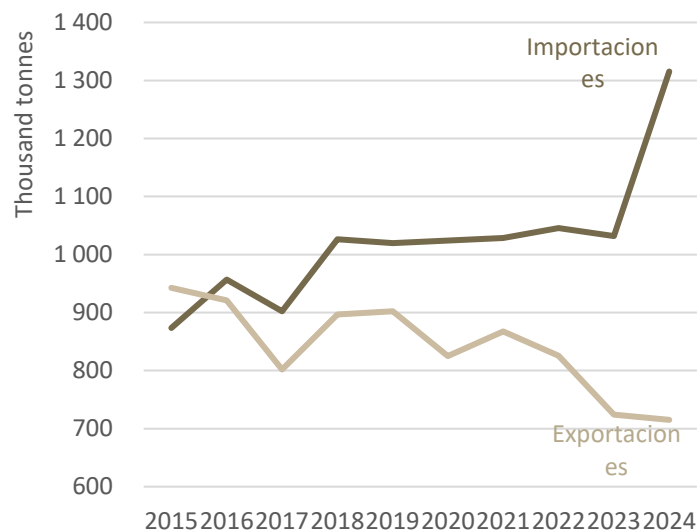


¿Qué nos revelan los datos comerciales de la última década?



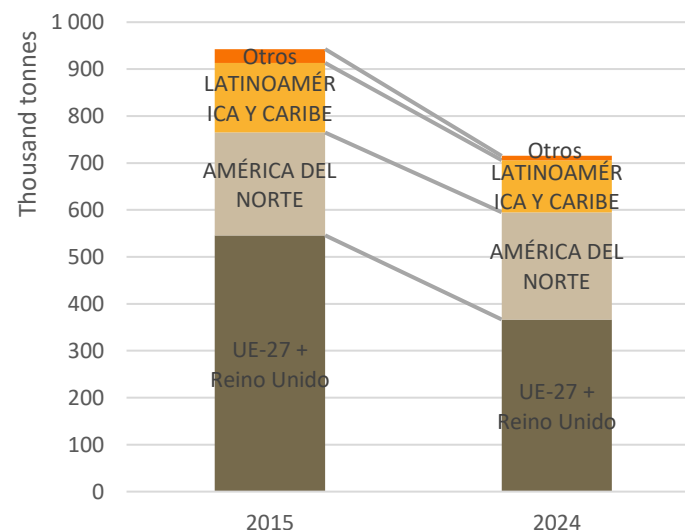
Tres señales que se desprenden de los datos comerciales del Caribe

Las importaciones superan con creces a las exportaciones.



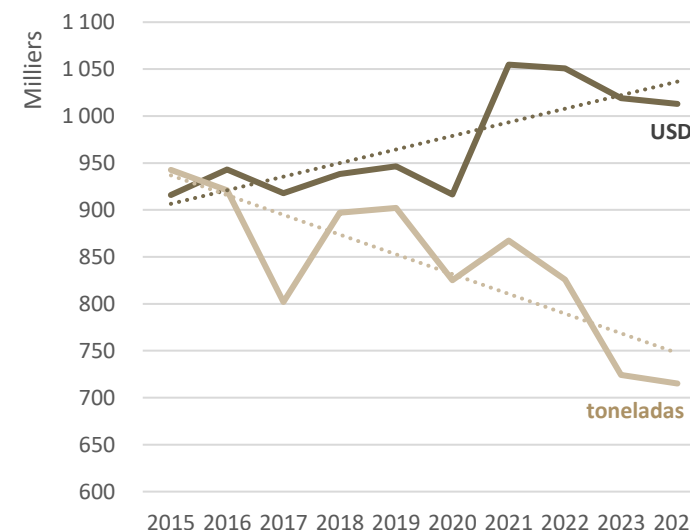
Exportaciones: 0,7 millones de t / 1.000 millones de dólares
Importaciones: 1,3 millones de t / 1.700 millones de dólares
Las importaciones representan la demanda actual y las posibles oportunidades de sustitución.

Los destinos de las exportaciones están cambiando.



Norteamérica ha ganado importancia, mientras que Europa sigue siendo un destino fundamental.

El valor y el volumen de las exportaciones no evolucionan de la misma manera.



Lo que se exporta está cambiando, no solo la cantidad.

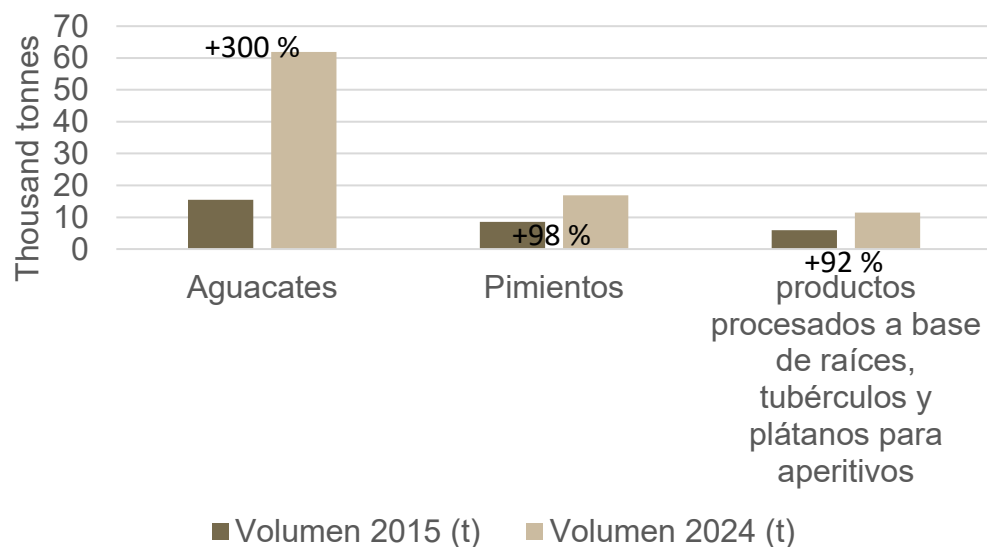


Las oportunidades surgen a ambos lados de la balanza comercial



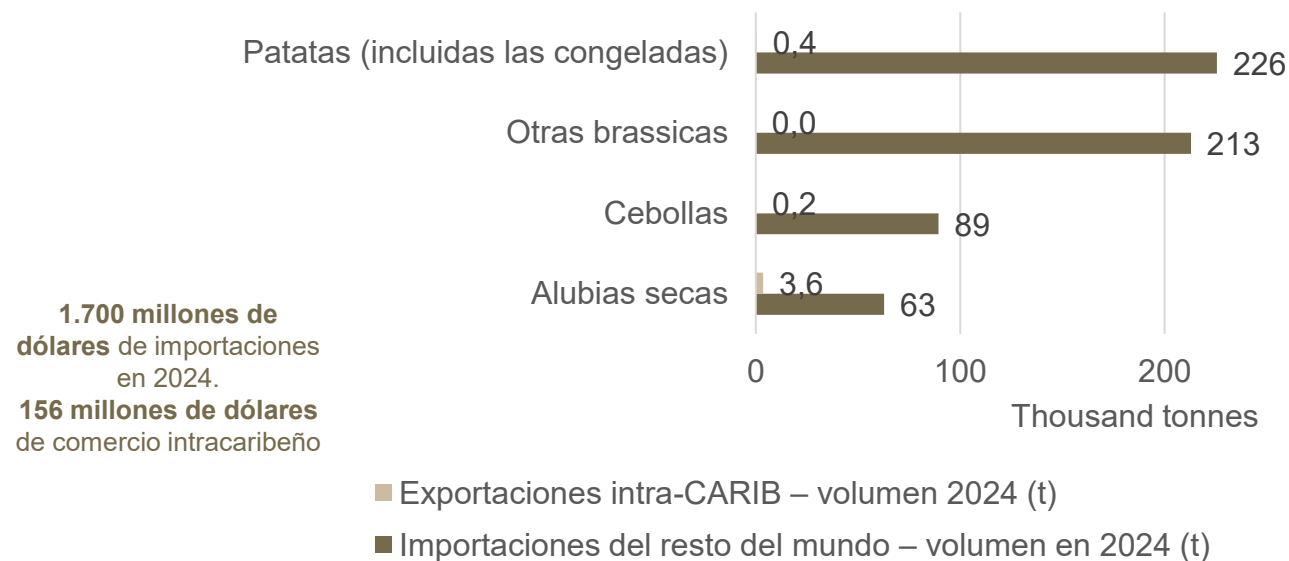
Las importaciones también revelan oportunidades de mercado

El impulso de las exportaciones ¿Qué productos caribeños están ganando terreno?



El crecimiento puede revelar oportunidades emergentes que son menos visibles en la clasificación actual de exportaciones.

Demanda regional ¿Qué está comprando ya la región?



Las importaciones revelan un mercado consolidado, no una oportunidad garantizada.

¿Pueden los productores regionales competir en cuanto a:
calidad • precio • volumen • fiabilidad • plazos?





Los mercados regionales como plataforma para el crecimiento

Los mercados regionales pueden ayudar a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) a desarrollar capacidades para acceder a mercados más exigentes



DESARROLLO DE CAPACIDADES

- aumentar los volúmenes de producción
- mejorar la uniformidad
- reforzar los sistemas de calidad y seguridad alimentaria
- profesionalizar el envasado y la logística
- desarrollar relaciones con los compradores
- y adquirir experiencia con las especificaciones y los contratos de los compradores

A MEDIDA QUE AUMENTA EL UMBRAL DE COMPETITIVIDAD:

- más proveedores competidores
- Especificaciones más estrictas
- Mayores costes de cumplimiento
- Una logística más exigente
- Requisitos más exigentes por parte de los compradores

Un mercado regional puede resultar valioso no solo como destino, sino también como lugar en el que desarrollar las capacidades necesarias para mercados más exigentes.





¿Es esta oportunidad realmente accesible?

Un mercado atractivo no es necesariamente un mercado accesible

1. ¿PUEDO ENTRAR EN EL MERCADO?

aspectos legales y normativos

- requisitos SPS / fitosanitarios
- Seguridad alimentaria
- LMR / contaminantes
- Aranceles
- Etiquetado

2. ¿PUEDO CUMPLIR CON LOS REQUISITOS DEL COMPRADOR?

Aspectos comerciales

- Calidad y especificaciones
- Volúmenes y regularidad
- Certificación
- Envasado
- Trazabilidad

3. ¿PUEDO REALIZAR ENTREGAS A PRECIOS COMPETITIVOS?

Logística y economía

- Transporte
- Tamaño del envío
- Plazo de entrega
- Cadena de frío / vida útil
- Coste total

**El tamaño del mercado te indica que puede haber una oportunidad.
El cumplimiento normativo, los requisitos de los compradores y el coste total
te indican si se trata de una oportunidad para tu negocio.**



Convertir la información de mercado en una decisión



Utiliza la inteligencia de mercado para elegir tu próximo mercado

1 IDENTIFICAR

¿Dónde está creciendo la demanda?

- Importaciones
- Crecimiento de las exportaciones
- Tendencias del mercado
- Evolución de los flujos comerciales



2 COMPARAR

¿Qué mercados son los más adecuados?

- Tamaño y crecimiento del mercado
- Destinos
- Competidores
- Regional frente a internacional



3 VERIFICAR

¿Puede mi empresa acceder a este mercado y abastecerlo?

- Requisitos normativos
- Requisitos del comprador
- Logística
- Coste total



4 PRUEBA

Empieza con una combinación realista de producto, comprador y mercado

Explora los datos por ti mismo utilizando los paneles de control de COLEAD Market Insights: <https://colead.link/analytics/>



Para conocer los requisitos normativos de la UE y sus modificaciones: AGRINFO <https://agrinfo.eu/>



Elige un mercado que se adapte a tu negocio hoy mismo — y que te ayude a desarrollar las capacidades que necesitarás en el futuro.





Gracias

Gracias

