

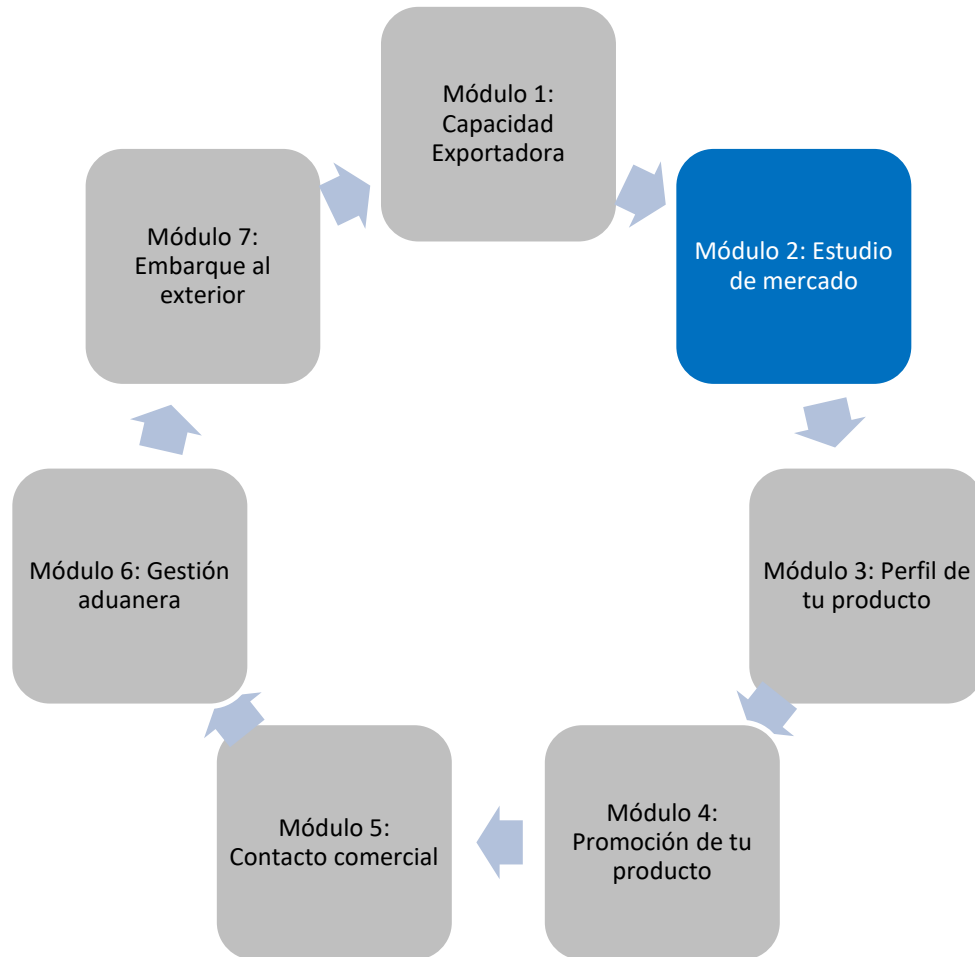


Módulo 2: Estudio de mercado

Tema “Selección de mercados externos e inteligencia comercial”

Selección de mercados externos e inteligencia comercial

¿Dónde nos encontramos en el curso?



Módulo 2: Estudio de mercado

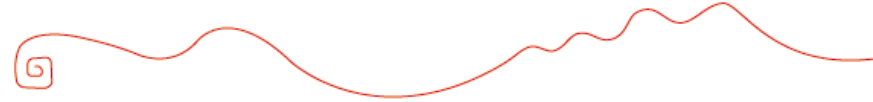
Tema 3. Selección de mercados externos e inteligencia comercial

1. Inteligencia comercial

2. Selección de mercados

3. Criterios de selección

Selección de mercados externos e inteligencia comercial



Objetivo general

Este tema te permitirá identificar el concepto de inteligencia comercial y selección de los mercados externos, utilizando criterios para seleccionarlos.

Objetivos específicos de aprendizaje

- Identificar los conceptos de inteligencia comercial y las principales herramientas de inteligencia comercial internacional.
- Identificar el concepto de selección de mercados y reconocer el proceso de análisis.
- Identificar los criterios para seleccionar un mercado externo y su priorización en la toma de decisiones.

Selección de mercados externos e inteligencia comercial



Inteligencia comercial

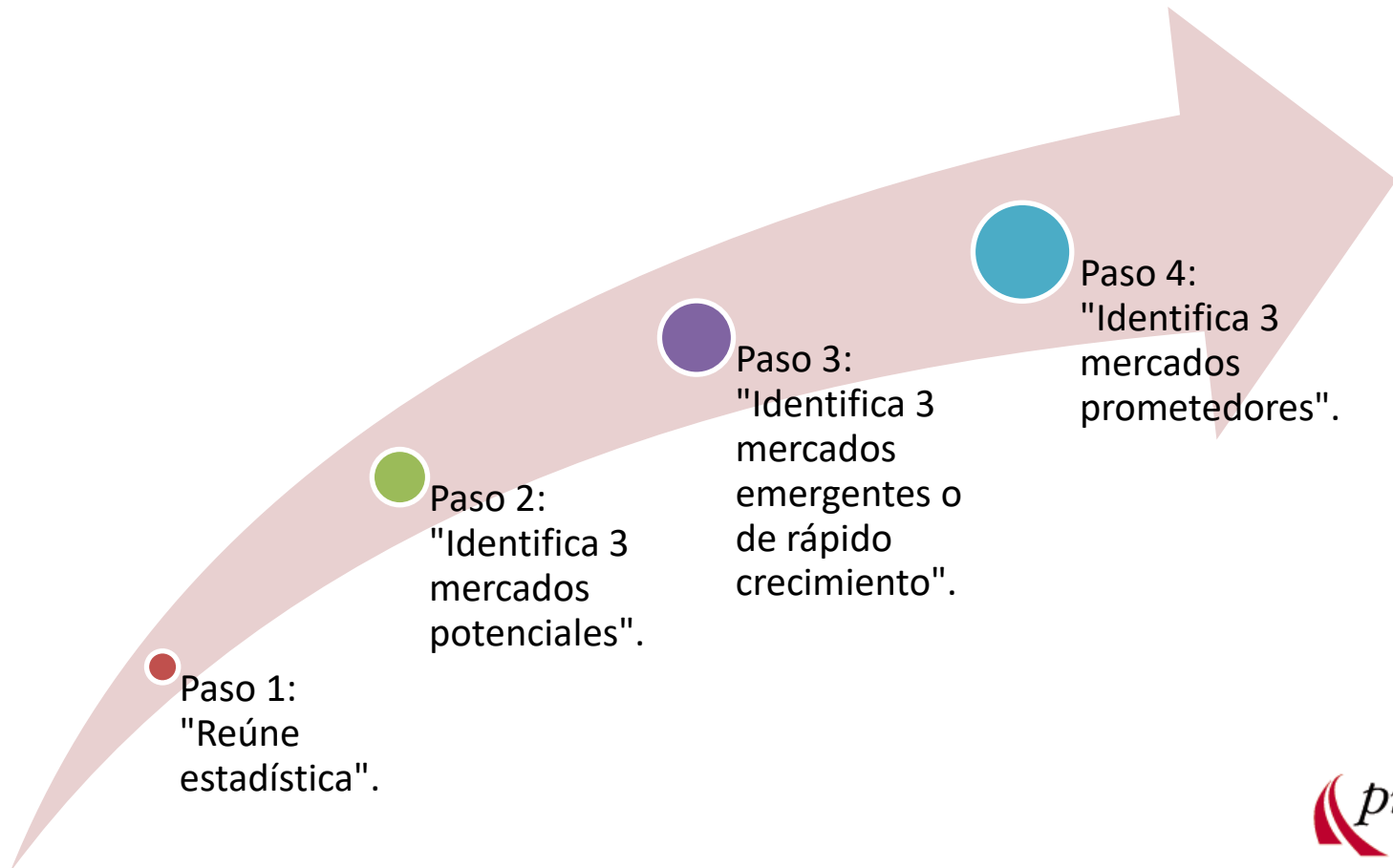
Proceso de exploración de las variables indicativas del comportamiento actual y tendencial de la oferta, demanda, precios de un producto a nivel global o en nichos específicos de mercado.

La empresa reúne información relevante, la analiza y la transforma en conocimientos para tomar decisiones más efectivas.

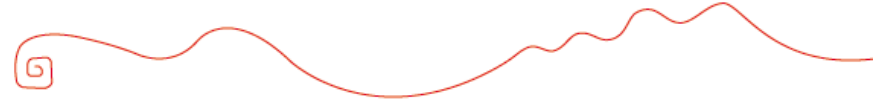
Permite identificar cuándo, cómo, a dónde y a quién ofrecerle sus productos o servicios.

Facilita el diseño y la implementación de planes estratégicos de exportación


Selección de mercados





Selección de mercados externos e inteligencia comercial




Selección de mercados

- 

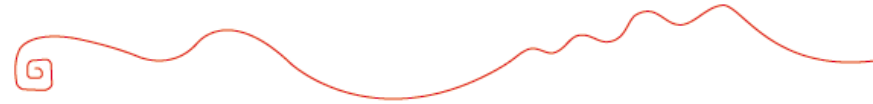
Reunir estadísticas de diferentes países sobre las importaciones de productos iguales o similares al escogido por la empresa.
- 

Identificar tres grandes mercados en los que el consumo del producto elegido esté creciendo (evolución del consumo y compararlo con el crecimiento de sus importaciones).
- 

Identificar tres mercados pequeños pero rápidamente emergentes que puedan representar inmediatas oportunidades de negocios (la tasa de crecimiento de estos mercados suele ser muy superior a la de los grandes mercados clásicos).
- 

Identificar tres mercados que se presenten como prometedores en el futuro, estando constantemente atento a su evolución.

Selección de mercados externos e inteligencia comercial



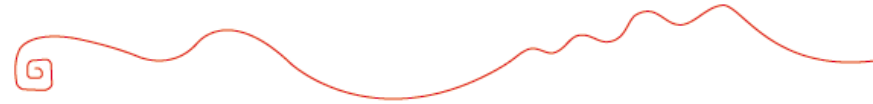
Criterios de selección de mercados

Datos generales

- Ubicación
- Límites fronterizos
- Extensión
- Clima
- Distancia con el exportador
- Población
- Idioma
- Religión
- Cultura de negocios y prácticas comerciales
- Valores
- Tradiciones
- Ciudades principales
- Puertos y aeropuertos
- Medios de comunicación
- Vías de acceso

Economía

- PBI
- Ingreso per cápita
- Riesgo país
- Inflación
- Recursos naturales
- Principales productos
- Principales industrias
- Comercio exterior
- Principales productos de importación
- Principales productos de exportación
- Reservas internacionales
- Deuda externa
- Moneda
- Tasa de cambio
- Principales bancos



Criterios de selección de mercados

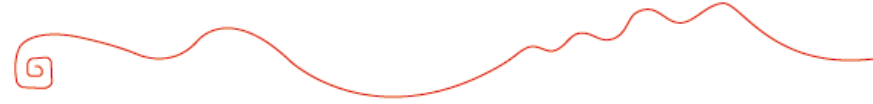
Servicios

- Medios de transporte internacional
- Frecuencia de los distintos medios de transporte
- Tarifas de fletes
- Servicios especializados (contenedores, cámaras frigoríficas, etc.)
- Seguros
- Obligatoriedad de usar algún medio de transporte y/o seguro en especial

Normativa

- Régimen arancelario
- Preferencias arancelarias
- Restricciones a la importación del producto
- Derechos antidumping, derechos compensatorios, salvaguardias
- Impuestos interiores
- Régimen cambiario
- Importación con zonas francas
- Trámites aduaneros
- Intervención de organismos verificadores de calidad, sanidad, seguridad, etc.
- Disposiciones sobre marcas y patentes
- Disposiciones sobre muestras
- Otras normas de relevancia

Selección de mercados externos e inteligencia comercial



3 Mercados grandes

- Tienen valores y/o volúmenes de importación importantes
- Tienen tasas de crecimiento de importación crecientes o sostenidas en el tiempo

3 Mercados menores

- Tienen valores y/o volúmenes de importación menos importantes
- Tienen tasas de crecimiento de importación crecientes o sostenidas en el tiempo

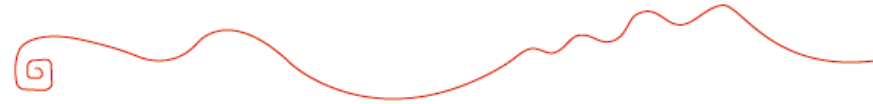
3 Mercados prometedores

- No tienen importaciones o tasas de crecimiento interesantes
- Existen otros criterios que resultan de interés para la empresa

Resto de mercados

- No resultan interesantes para la investigación: sus valores y/o volúmenes de importación son poco relevantes, la tasa de crecimiento es negativa y/o los demás factores no resultan atractivos

Selección de mercados externos e inteligencia comercial



a. Selección de mercados externos

Preselección de mercados potenciales de acuerdo a los criterios de selección

Se descartan aquellos que no cumplen con los criterios definidos por la empresa

b. Prospección de mercados

Análisis de los mercados preseleccionados

Se analiza el clima de negocios y el sector

c. Estudio de mercado

Elaboración del estudio del mercado seleccionado

Con ello se determinan las estrategias de marketing para el producto

Contáctanos

Plataforma de atención al exportador

Av. Jorge Basadre 610 - San Isidro - Lima - Perú

WhatsApp (+51) 990060194

Aló Exportador (01) 604-5601 | 604-5602

Correo electrónico exportaciones@promperu.gob.pe

