








Tema 5: Estudios de mercados

Condiciones políticas, económicas y sociales	
	¡Hola Exporberto!
	Hola Andrés, pasa. Te estaba esperando.
	¿Cómo estás?
	Bien, viendo un especial sobre la problemática que tienen las empresas en países en crisis y con altos índices de inflación. Muchas han tenido que cerrar... qué pena.
	Sí, una lástima. Imagínate si nosotros exportáramos a países con crisis como esos...
	<p>No hombre, por eso primero analizamos las condiciones sociales, políticas y económicas de los mercados.</p> <p>Por ejemplo, el PBI o la inflación del país al cual se piensa exportar; la balanza comercial, el nivel de inversiones que existe en el mercado de destino. Andrés, hay que tener en cuenta el aspecto social porque lo que se ve en las noticias es terrible.</p> <p>Pero no hay que temer. ¡Con una buena asesoría como la de PROMPERÚ estamos preparados para todo!</p>
	¡Así es Exporberto!
Situación actual y tendencias del mercado	
<p>Para adaptar nuestro producto a las nuevas necesidades del mercado, debemos analizar las tendencias, porque en el mundo de hoy estas cambian constantemente.</p> <p>Entonces, la pregunta es, ¿hacia dónde va el mercado de nuestro producto?</p> <p>Actualmente, las personas llevan un ritmo de vida muy acelerado y por eso buscan productos que se adecúen a estas circunstancias. Los mercados internacionales exigen, por ejemplo, envases biodegradables, que contribuyan al cuidado del medio ambiente, además de garantizar buenas prácticas sociales y laborales.</p> <p>Hoy, los consumidores internacionales no deciden comprar un producto solo por su precio.</p>	

También valoran su calidad y funcionalidad pues cada vez más, factores como la salud y la comodidad repercuten más en la conciencia de los consumidores. ¡Nunca olviden estas tendencias antes de exportar!



¡Muy interesante! Cada día aprendo mucho más...

Caracterización, análisis y proyección de la demanda



Hola Exporberto.



Hola Marylin. Yo otra vez por aquí. Necesito tu ayuda en un par de temas.



Claro, qué sí, estamos para ayudarte, cuéntame...



Estoy con muchas dudas, tengo una sensación extraña. Debe ser el miedo a exportar a un nuevo país y que las cosas no salgan como las estoy planeando. Quisiera que valides mi perfil de mercado a Estados Unidos.



Exporberto no debes preocuparte... Si has seguido los pasos que te hemos indicado, estudiaste bien tu mercado, y analizaste la demanda, todo tendría que salir bien...



Justo sobre el tema de la demanda quiero hablarte... No estoy seguro si he hecho un buen análisis. Mira, he recopilado toda la información necesaria sobre los clientes, el público objetivo al que voy a atender y las características globales del mercado con relación a mi producto.



Muy interesante Exporberto, pero dime ¿Dónde buscaste la información?



Bueno, como me recomendaron, acudí a las fuentes primarias, a través de un evento en el que conocí a potenciales compradores y distribuidores de mi producto, quienes me aseguraron que ellos podrían comprarme si es que cumplía con determinadas condiciones como certificaciones, por ejemplo. También acudí a fuentes secundarias, a través de otros estudios de mercado de mi producto en Estados Unidos, así como estadísticas actualizadas que me proporcionaron el INFOCENTER y la web EXPORTEMOS de PROMPERÚ.



Muy bien Exporberto! Excelente trabajo! Seguro que podrás conquistar fácilmente este nuevo mercado, pues con lo que has avanzado te resultará más fácil identificar y satisfacer las necesidades de tus consumidores.

Caracterización, análisis y proyección de la oferta



La oferta es la cantidad de bienes y servicios que una empresa pone a disposición del consumidor a un determinado precio. Por ello, es importante realizar un estudio y un análisis de la oferta que nos permitirá definir las cantidades y condiciones de nuestro producto para el mercado al que deseamos exportar, y así satisfacer las necesidades o deseos del consumidor.



Disculpe, pero, ¿a qué se dedica?



Soy exportador. Y tengo que repasar algunos temas... Estoy por exportar cacao a Estados Unidos.



¡Mucha suerte! Y ¿qué lee? si no es molestia...



Aquí estoy tratando de entender el tema de la oferta y la demanda que me explicó PROMPERÚ.



Suena interesante, ¿Me podría contar un poco más?



La oferta es todo lo que usted pone a disposición de sus clientes. Por ejemplo, el servicio de transporte.



Ah... entiendo










En el mundo de los negocios, la oferta se caracteriza por ser competitiva o de libre mercado. Como usted sabe, hay varias empresas de taxis en el Perú. También puede ser monopólica, es decir, dominada por un solo productor u ofertante y oligopólica, dominada por un pequeño número de productores o prestadores de un servicio. En donde cree que estaría situada la oferta de servicios de taxis? Libre mercado, monopólica u oligopólica? No me responda, se lo dejo de tarea...

Por otro lado, la proyección de la oferta es una fase importante en un estudio, pues tiene como finalidad determinar la situación conveniente del mercado al que se quiere ingresar con un producto o servicio. Por ejemplo, hace poco ingresaron al mercado nuevos sistemas de servicios de taxi y ahora también se pueden solicitar a través de aplicaciones o apps.

El estudio de mercado nos permite obtener un pronóstico estimado de las cantidades a ofertar en un determinado tiempo. Es decir, si conozco cuántas personas eligen tomar taxi al día, tendré una estimación de la cantidad de taxis que deberían circular y además puedo conocer las preferencias de mi público objetivo y las nuevas tendencias para satisfacer la demanda actual.

	¿Le quedó claro?
	Jajaja! ¡Como el agua!
	Bajo en la esquina por favor. Buenas tardes.
	Buenas tardes y que le vaya bien.
	Igualmente.
Marketing Mix	
	<p>Ahora, iré a PROMPERÚ para validar mi estudio y seguir adelante con mi plan de exportación a Estados Unidos.</p> <p>Cómo me fascina este tema de investigar los mercados internacionales. Cada día aprendo más. A diferencia de lo que pasó con mi experiencia en Alemania, una vez seleccionado Estados Unidos como nuevo mercado objetivo, debo hacer una nueva prospección para asegurarme con claridad que se trata de un mercado conveniente de acuerdo a mis capacidades productivas, de gestión y estrategia de negocios.</p> <p>Hola Daniel! Vengo a validar mi estudio y seguir adelante con mi objetivo de exportar a Estados Unidos.</p>
	Hola Exporberto. Me alegra verte metido en el tema.
	Todo va quedando listo para mi viaje a Estados Unidos. Daniel, estoy muy emocionado.
	<p>Jaja! Se nota Exporberto. Bueno, es hora de hablar sobre el Marketing Mix.</p> <p>Ya sabes que el Marketing mix es la herramienta que permite a las empresas recopilar información estratégica captada en las etapas de prospección y estudios de mercados, centrándose en los 4 ejes: producto, plaza, precio y promoción.</p>
	Así es, Daniel. Por ejemplo, averigüé que una de las bondades más apreciadas en mi producto en los Estados Unidos es que no solamente sea de buena calidad sino que también sea orgánico. Entonces, creo que voy a empezar a investigar sobre las certificaciones requeridas para poder atender las necesidades del mercado estadounidense.

	<p>¡Correcto! Por ejemplo, hace un momento tuve una reunión con un exportador de fundas de almohadas de fibra de alpaca y los diseños que me enseñó eran completamente distintos a los que se ven en Perú, pues se estaban adecuando a los colores, gustos y tendencias que hay en Europa actualmente.</p>
	<p>Con respecto a la plaza, averigüé que en Estados Unidos existen algunas ciudades o estados donde hay un mayor número de potenciales clientes, por lo que he definido como zona o segmentación geográfica a conquistar la costa oeste, es decir, California. Por lo tanto, mi canal de distribución serán los importadores que a su vez distribuirán a los procesadores para convertir mi cacao en chocolate.</p>
	<p>¡Exporberto, te has convertido en un experto! Ahora cuéntame acerca del precio y promoción.</p>
	<p>Con respecto al precio, me di cuenta que en mercados como Estados Unidos y Europa el cacao orgánico incrementa sus precios cuando cuenta también con la certificación de comercio justo, así que lo estoy considerando dentro de mi plan.</p> <p>Sobre la estrategia de promoción, voy a empezar con la imagen corporativa: actualizar mi web y tener la opción del idioma inglés, al igual que los elementos visuales como mis tarjetas de presentación, brochures y video corporativo.</p> <p>Además, asistiré a las principales ferias y misiones comerciales especializadas en el rubro del cacao y chocolate que organiza PROMPERÚ, para propiciar el contacto e interés con los potenciales clientes.</p>
	<p>¿Ya pensaste en los detalles del empaque de tu producto?</p>
	<p>Claro que sí. El diseño de mi etiqueta ya está listo. Solo he realizado algunas adaptaciones y mejoras, por ejemplo, voy a incluir las certificaciones que requiere el mercado estadounidense y resaltar que es de origen peruano, ya que nuestros productos tienen mucha acogida por su excelente calidad.</p>
	<p>Exporberto te graduaste. ¡Ya estás listo para ser profesor de marketing internacional!</p>
	<p>Gracias Daniel. Te prometo que compartiré mi experiencia tan pronto haya logrado mi primera exportación a Estados Unidos.</p>