



# **DIPLOMADO DE COMERCIO EXTERIOR**

## **Cómo realizar su investigación**

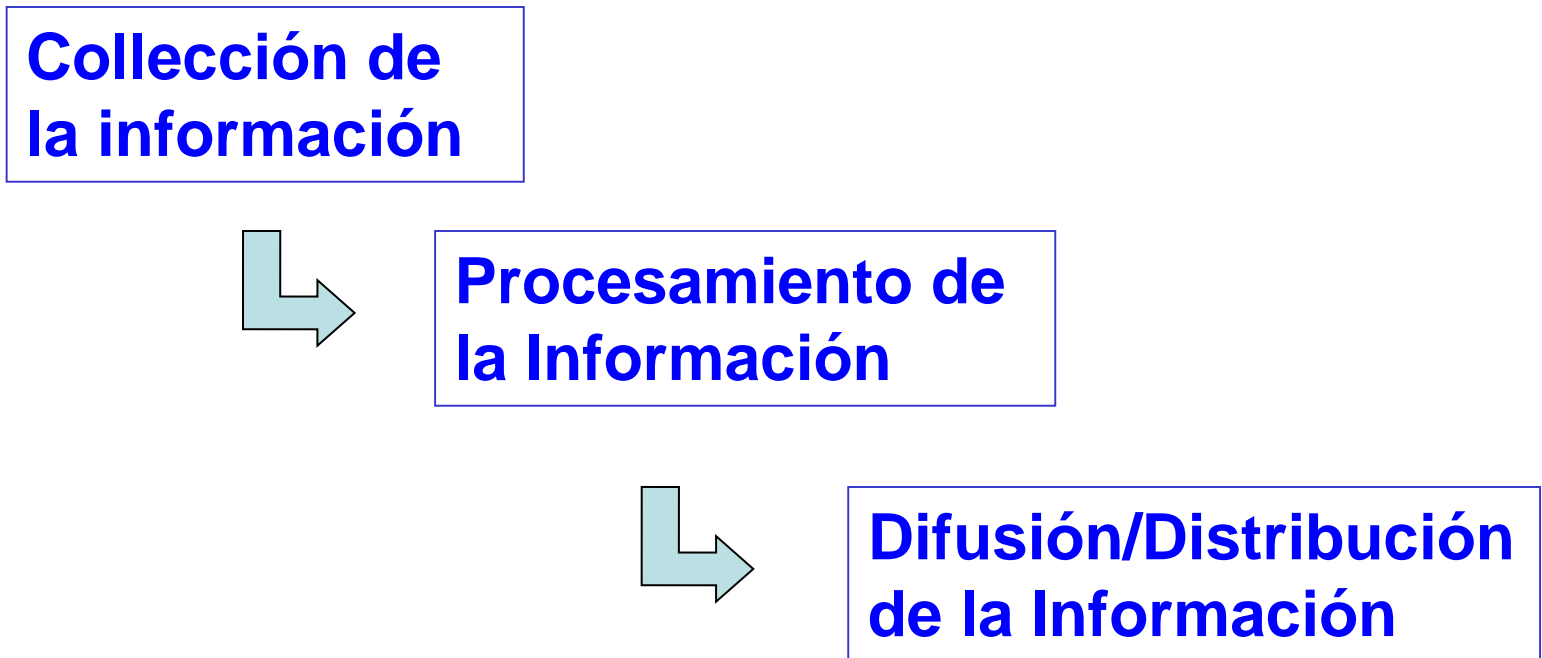
### **de mercado**



**MBA Luis Enrique Méndez**

**Lima, Abril de 2014**

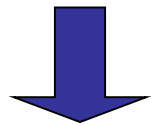
# Funciones principales de un centro de información



# Tres ejes:

- Servicios Reactivos
  - Contestando a pedidos
- Servicios Proactivos
  - anticipar, “empujar”, hacer que los usuarios reaccionen
- Servicios Interactivos
  - Intercambios con los clientes

# Tres ejes:



**Reactivo**

## Sitio Web

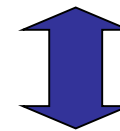
- Bases de datos, catalogos
- FAQs



**Proactivo**

## Sistemas de Alertas

- Estar siempre al tanto
- Difusión Selectiva
- Alertas Email



**Interactivo**

## Foros

- Usuarios
- Socios
- Empleados

## Centro de Información/ Library

- “Inquiry/Reply”
- Recepción física
- Circulación interna
- CyberSpace

## Publicaciones

- Boletines: impresos, electrónicos
- Perfiles de mercados
- Directorios

## Constantes Consultaciones

- Contactos Directos
- Networking
- Seminarios
- Eventos de

# Opciones de difusión (física/virtual)

- Inquiry/Reply – Servicios de Referencia
  - Centralización de los pedidos
  - Via e-mails, teléfono,
  - Circulación interna
- Boletines/Newsletter
  - “Trade news”
  - “News” de la institución
  - Nuevas adquisiciones

# Opciones de difusión (física/virtual)

- Servicios de Alerta
  - Información crítica
  - Business news, nuevas fuentes
- Difusión Selecta de Información (SDIs)
  - Servicio a la medida
  - Perfiles de los usuarios ya establecidos
- Sitios Web
  - Accesos las bases de datos
  - Foros
  - FAQ

# Otras opciones de difusión

- Mass media – Periodicos, Radio, TV
- Internet RSS, XML *feeds*
- Internet chat
- Business news con el móvil (sms)
- Eventos de promoción

# Ejemplos de difusión de la información

# Bibliotecas en línea/centros de información

- United Nations - Library system : <http://unbisnet.un.org>
- ITC TIRC online catalogue: <http://www.intracen.org/tirc>
- World Trade Organization Library:  
<https://elibrary2.eosintl.com/W10300FRStaff/OPAC/index.asp>
- The World Bank – Publicaciones, recursos en línea:  
<http://www.worldbank.org/reference/>
- Uganda Export Promotion Board:  
[http://www.ugandaexportsonline.com/info\\_center.htm](http://www.ugandaexportsonline.com/info_center.htm)



## UGANDA EXPORT PROMOTION BOARD

UEPB, the one stop center for Exporters Needs

[Home](#) | [Who We are](#) | [What we do](#) | [Feedback](#)

### TRADE INFORMATION & DOCUMENTATION CENTER

#### OTHER LINKS

- Trade Fairs and Exhibitions, 2005 - 2006
- Export Financing Schemes in Uganda.
- Exporters Directory and Profiles.

- [> Search this site](#)
- [> Export Projects](#)
- [> Export Statistics](#)
- [> Trade Opportunities](#)
- [> Export Services](#)

## UEPB's TRADE INFORMATION & DOCUMENTATION CENTRE (TIDC) INTRODUCTION

The TIDC provides its clients access to useful and timely trade information for their export and related businesses.

The monthly **Trade Information Awareness Bulletin** provides bibliographical references of publications acquired by the UEPB Trade Information and Documentation Centre (TIDC) irrespective of their publication dates.

This bulletin aims at assisting our clients, sector associations as well as other trade - related organizations in getting an insight of the relevant trade information materials and sources available at the UEPB - TIDC for their reference.

**For past issue, Click here** [tradbull2004.pdf \(121Kb\)](#)  
[Download Acrobat Reader here](#)

**For latest issue, Click here** [tradbull2005.pdf \(250Kb\)](#)  
[Download Acrobat Reader here](#)

All these publications are available for reference at UEPB - TIDC.

### Services Provided

The TIDC has a well-stocked library of Trade related data and information. It opens from **8:30am- 12.30** and **2:00pm-5:00pm**.

The Centre provides information on: - product/sector reports and profiles, country profiles, trade journals, market studies,

#### WHATS NEW AT THE TIDC!

Noreen Kamoti (Mrs) Librarian, UEPB



#### Download Acrobat Reader here

1. Purchase and End- Results: Guide to performance- based purchasing for government and private sectors, ITC, 2004- 05.05.01 PUR.
2. Horti fair 2005- 06.10 HOR.
3. Trade in Services: Bridges Across Borders, Profiles of Associations, 2005- 03.08 TRA.
4. Trade In Services: Bridges Across Borders, Services Coalition, 2005- 03.08 TRA.
5. Trade in Services: Bridges Across Borders. The Ghana Experience.

TRADE INFO REFERENCE

Sign

Useful

- Email
- Library
- WTO H
- WTO D
- Online
- GATT
- (1947-
- Electro
- Room
- within

Other

Done

# Selección de “alert services”, RSS/XML, Chat

- TDC Hong Kong:  
<http://www.tdctrade.com/sme/newsflash/index.htm>
- Dialog Alert Service: <http://www.dialog.com/>
- Factiva : [www.factiva.com](http://www.factiva.com) (*RSS feeds*)
- Online Chat / Australian Trade Commission:  
<http://www.austrade.gov.au>

Internet Explorer browser interface showing the address bar with the URL <http://www.tdctrade.com/sme/newsflash/index.htm>. The browser toolbar includes navigation buttons (Back, Forward, Stop, Refresh), a search box with "Live Search" text, and various utility icons like News, Gallery, MSN, Maps, Favorites, PC Health, Spaces, Mail, and Messenger. The address bar shows the current page is "SME NewsFlash (tdctrade.com)".



[繁體中文](#) • [简体中文](#)

## SME News Flash

SME News Flash is a special trade news service for small and medium enterprises provided by the Hong Kong Trade Development Council through e-mail and the Internet. It aims at updating you with changes in trade regulations of Hong Kong's major trading partners that may have significant implication to your company's operations. We will alert registered clients through e-mail and will post all news on our web site.

Please [register](#) immediately.

### Jan 2002 to Nov 2006

- 07 Nov 2006 [Implementation of Processing Trade Policy Change Postponed](#)
- 20 Oct 2006 [Customs Imposes Import Taxes on Goods under the Prohibited Category](#)
- 05 Oct 2006 [EU to Impose Anti-Dumping Duties on Leather Footwear from Chinese Mainland and Vietnam](#)
- 29 Sep 2006 [First Allocation of Performance-based Textile Export Quotas to US and EU in 2007](#)
- 25 Sep 2006 [First Negotiated Bidding for 2007 Textile Export Quotas](#)
- 15 Sep 2006 [China Adjusts Its Tax Rebate on Exports](#)
- 07 Apr 2006 [Second Allocation of Quantity of Textile Exports to US and EU in 2006](#)
- 29 Mar 2006 [China Issues New Regulations on Internet Email Service to Step Up Clampdown on Junk Email](#)
- 09 Mar 2006 [Second Bidding for Textile Quotas for Export to Europe and the US](#)
- 08 Mar 2006 [Dumping Allegation against Chinese Furniture in the EU](#)

# Online Chat para exportadores <http://www.austrade.gov.au>

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying the Austrade ExportChat website. The browser's address bar shows the URL: [http://www.austrade.gov.au/australia/layout/0,,0\\_S2-1\\_2z14-2\\_-3\\_-4\\_-5\\_-6\\_-7\\_00.html](http://www.austrade.gov.au/australia/layout/0,,0_S2-1_2z14-2_-3_-4_-5_-6_-7_00.html). The website header includes the Australian Government logo and the text "Austrade". The main navigation menu contains: Home | Industry & Country Profiles | Exporter Services | Expanding Your Business | Export Grants | Australian Suppliers Database | Trade Events. The page title is "Entering Austrade ExportChat".

The main content area contains the following text:

### Entering Austrade ExportChat

**Note:** Our chat resource requires that your browser is Java-enabled. If you encounter any Java-related problems you may need to update your browser capability or settings.

To **enter** rooms available in the foyer please follow these instructions:

1. Click through to our "foyer" by selecting **this button:** [ExportChat](#)
2. Click on **Launch CBE 6 Client** button and wait until the program 'connects to the server' and 'retrieves the room list'. The **foyer** of the ExportChat facility is displayed (similar to the image below)

The screenshot shows the "foyer" interface of the ExportChat facility. It features the Australian Government logo and the text "Austrade". Below the logo is a table listing chat rooms and the number of users in each. At the bottom, there is a "Login Name" input field and a "Login" button.

Room Name	Users
BIO 2005	0
Canadian Giftware Sampling Promotion	0
Export Awards 2004	0
Export Grants-EMDG	0
Frankfurt-Austrade	0
General Enquiries Room 1	0

Other rooms are opened and closed according to need above simply click through to the 'foyer' and browse

**Entering Austrade ExportChat**

**Note:** Our chat resource requires that your browser is Java-enabled. If you encounter any Java-related problems you may need to update your browser capability or settings.

**Most popular\* chat rooms**

**New Exporter Lounge (Mon-Fri 10:00am - 6:00pm)**  
This room is intended for Australian companies and individuals who are (ideally) already trading in the Australian market. An export advisor hosts a 'rolling', ongoing offer of advice on how Austrade can assist you.

**Other rooms**

Other rooms are opened and closed according to need above simply click through to the 'foyer' and browse

**Entering Austrade ExportChat**

**Note:** Our chat resource requires that your browser is Java-enabled. If you encounter any Java-related problems you may need to update your browser capability or settings.

**Economist's corner** | **Student Centre** | **FAQs** | **Useful links** | **Dept. of Foreign Affairs and Trade** | **Minister for Trade** | **Site map**

privacy disclaimer technical information site disclaimer linking policy © 2006 Australian Trade Commission

Un ejemplo del CCI de  
difusión proactiva:

El perfil de mercado

# ¿Qué es un perfil de mercado?

- **Enfocado en el producto:**
  - trata con un solo producto o con un grupo de productos estrechamente definidos
- **Limitado geográficamente:**
  - trata con un mercado o con mercados que comparten características similares
- **Conciso:**
  - una descripción de las características principales del mercado y del mercadeo
- **Práctico:**
  - contiene información necesaria para ayudar a los exportadores a tomar decisiones y medidas de mercadeo

# ¿Cuál es el objetivo de un perfil de mercado?

- Proporcionar a los exportadores y a las instituciones de apoyo al comercio una visión concisa de las condiciones para el ingreso al mercado y las tendencias en un mercado de importación en particular.
- Organizar la información sobre el producto identificado y el mercado objetivo en un marco exhaustivo y fácil de usar.

***Un perfil de mercado permite entender dónde se encuentran las oportunidades y cómo acceder a estas oportunidades***

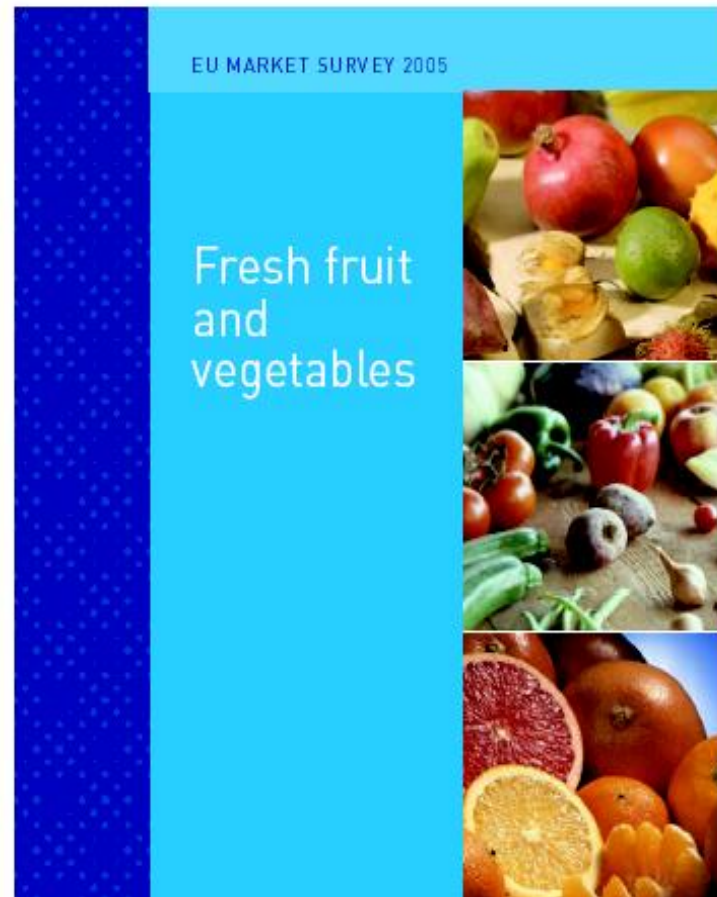
# ¿Quién prepara y usa los perfiles de mercado?

- Organizaciones de promoción del comercio (TPO)
- Organizaciones sectoriales de comercio
- Asociaciones de pequeñas y medianas empresas (PYME)
- Servicios de comercio exterior: embarcadores, transportistas, aseguradores, banqueros, etc.;
- Empresas

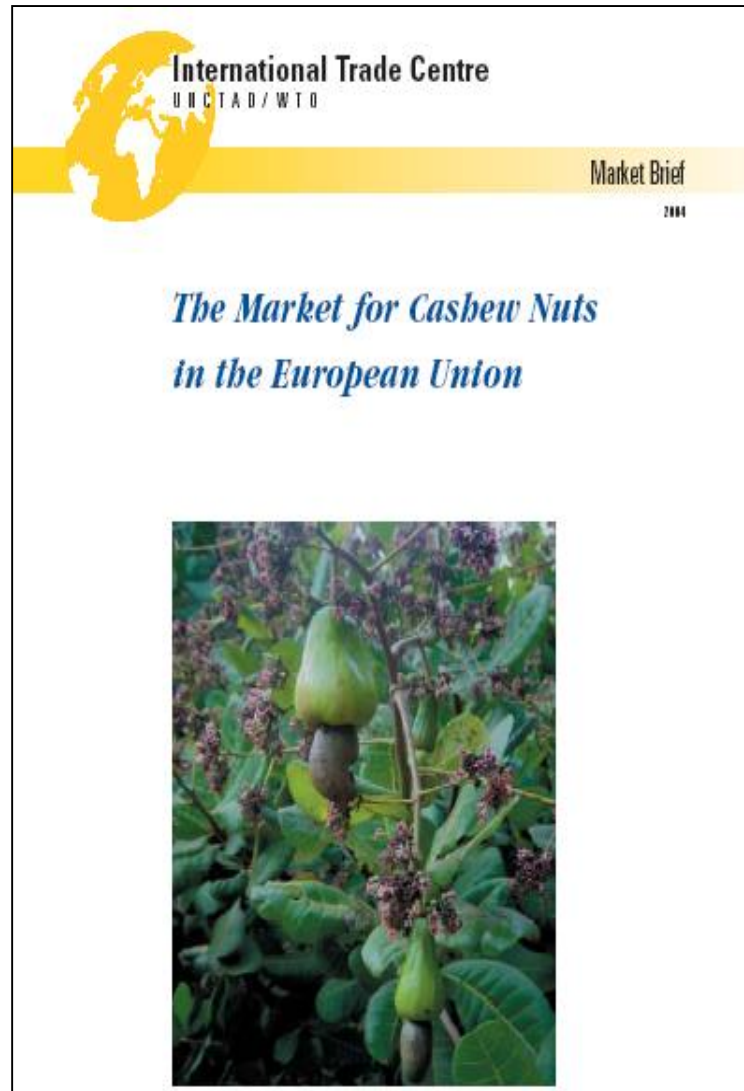
# Trazado modelo de un perfil de mercado

<b>Temas</b>	<b>Explicación</b>
<b>Descripción del producto</b>	¿Qué vemos exactamente?
<b>Reseña del mercado</b>	Producción general, consumo y datos sobre comercio
<b>Características del mercado</b>	Características de la demanda – para qué se usa el producto y qué preferencias y requisitos tiene el mercado
1. Demanda	
2. Acceso al mercado	Barreras arancelarias y no arancelarias
3. Precios	Precios pagados y tendencias
4. Canales de distribución	Cómo llega el producto hasta el consumidor
5. Empaquetado y etiquetado	Cómo debe empacarse y etiquetarse el producto
6. Prácticas comerciales	Procedimiento para órdenes de compra, métodos de pago, acuerdos contractuales
7. Perspectivas de mercado	Pronóstico de tendencias de crecimiento, competencia, patrones de consumo, opciones para explotar en el futuro
8. Comercio / promoción de ventas	Cómo puede promoverse el producto– ferias comerciales, etc.
<b>Direcciones útiles</b>	Asociaciones, institutos de investigación, firmas consultoras, medios de comunicación especializados, etc.

# Unos ejemplos...



# Unos ejemplos...



# Unos ejemplos...

## Table of contents

<b>Executive Summary</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Product description</b> .....	<b>2</b>
<b>B. Production, foreign trade and consumption</b> .....	<b>3</b>
Production.....	3
Foreign Trade.....	4
Consumption.....	8
<b>C. Market characteristics</b> .....	<b>8</b>
<b>D. Market access</b> .....	<b>8</b>
Tariffs.....	9
Regulations, sanitary and phytosanitary measures.....	9
Standards.....	9
<b>E. Prices</b> .....	<b>10</b>
<b>F. Distribution channels</b> .....	<b>11</b>
<b>G. Commercial practices</b> .....	<b>11</b>
<b>H. Quality</b> .....	<b>12</b>
Raw nuts.....	12
Cashew kernels.....	12
<b>I. Grading</b> .....	<b>13</b>
<b>J. Packaging and labelling</b> .....	<b>14</b>

# Cómo identificar (y describir) a un producto

- Preguntas de ejemplo:
  - “¿Cuál es la principal aplicación y función del producto?”
  - “¿Qué factores (tangibles y agregados) constituyen el producto?”
  - “¿Cuán flexibles son estos factores? ¿Pueden alterarse para ajustarse a un mercado?”
  - “¿Puede el producto ajustarse a cierto estilo de vida? ¿Diferencias por mercado?”
  - “¿Cómo se adaptaría/homologaría para diferenciarlos de la competencia?”

# ¿Cómo identificar un mercado objetivo?

Preguntas de ejemplo:

- ¿Cuál es el consumo y la producción de este producto a nivel mundial?
- ¿Cuáles son los mercados de más rápido crecimiento para mi producto?
- ¿Qué países abastecen a esos mercados?
- ¿Qué puesto ocupan nuestros productores en esos mercados?
- ¿Cuáles son las condiciones de acceso en esos mercados?

*. . . ¿En dónde debo concentrar mis investigaciones futuras?*

# Cómo identificar las rutas para penetrar el mercado

## Preguntas de ejemplo:

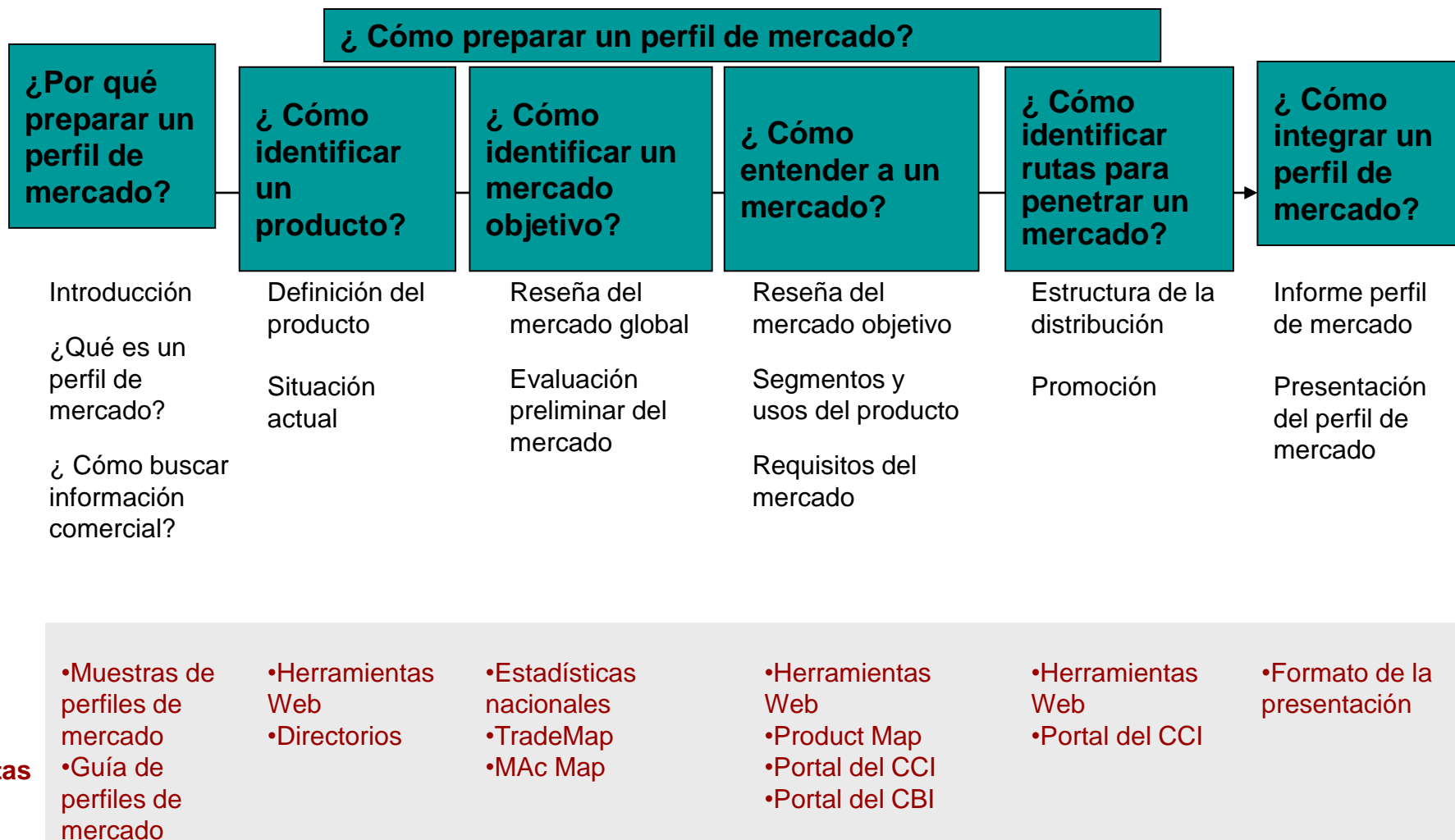
- ¿Cómo se distribuye este producto en los mercados objetivo?
- ¿Cuáles son las opciones para promover este producto?
- ¿A qué ferias de comercio debo asistir? ¿Quién más ha estado asistiendo?
- ¿En qué compradores debo concentrarme?

... *¿Cómo puedo realizar una venta?*

# Objetivos del taller sobre perfiles de mercados

- Poder identificar y describir todos los elementos de un perfil de mercado
- Familiarizarse con las herramientas para la investigación de mercados utilizados para crear los perfiles de mercado
- Generar el primer borrador de un perfil de mercado en un área designada de producto
- Poder brindarle apoyo a un empresario en el uso y la aplicación de perfiles de mercado

# Estructura del taller



# Objetivo

- Ofrecer a las empresas dedicadas a la exportación una visión concisa de las condiciones para el ingreso al mercado y las tendencias en un mercado de importación en particular.
- Organizar la información sobre el producto y el mercado en un marco exhaustivo y fácil de usar

# Modelo de investigación de mercado

## ENCUESTA

### PRIMERA PARTE: DATOS DE SEGMENTACION

---

GENERO: \_\_\_\_\_ EDAD: \_\_\_\_\_ PREFERENCIAS: \_\_\_\_\_  
DISTRITO: \_\_\_\_\_ NSE: \_\_\_\_\_ CONSUME XX \_\_\_\_\_ FRECUENCIA: \_\_\_\_\_

---

### SEGUNDA PARTE: RECORDACION DE MARCA Y PARTICIPACION MERCADO

1. ¿Qué marcas de productos XX recuerda?
2. ¿Qué marcas de productos XX consume?

### TERCERA PARTE: FACTORES CRITICOS DE EXITO

3. ¿Mencione en orden de importancia 5 características que debe de tener producto XX que Ud. lo elija?

### CUARTA PARTE: MERCADO FACTIBLE

4. ¿Estaría dispuesto a comprar el producto XX?  
SI  NO

### QUINTA PARTE: MARKETING MIX

5. ¿Qué características considera que debe de tener XX, para que Ud. lo elija?
6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por XX?
7. ¿En qué medios se entera usualmente de productos como XX?
8. ¿En qué lugares usualmente Ud. compra productos XX?

Gracias por su paciencia.

Muchas gracias

Luis Enrique Méndez Cabezas  
Cámara Peruana de Comercio Exterior  
[lmendez@camexperu.org.pe](mailto:lmendez@camexperu.org.pe)