

Exportando con **Exporberto**



**TEMA:
ASPECTOS RELEVANTES,
IMPORTANCIA Y OBJETIVOS**

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

Presentación del tema	1
Objetivo general	1
Objetivos específicos de aprendizaje	1
Introducción	2
2. Aspectos relevantes, importancia y objetivos	3
2.1. Características de la información	4
2.2. Importancia de la inteligencia comercial	5
2.3. Objetivos de la inteligencia comercial	6
Referencias bibliográficas	7
Sobre PROMPERÚ	9
Contáctanos	9

Presentación del tema



Amigo exportador:

Queremos que este curso sea didáctico y de gran utilidad, para ello necesitamos tu colaboración. Aquí te explicamos el marco general de este tema.

Objetivo general

A través de este tema podrás conocer los procesos que debe llevar a cabo un exportador para conocer todos los aspectos relacionados a la inteligencia comercial.

Objetivos específicos de aprendizaje

A través del desarrollo de los subtemas que conforman el módulo “inteligencia comercial” podrás:

- Conocer los a profundidad los conceptos relacionados a la inteligencia comercial.
- Identificar los aspectos más relevantes de la inteligencia comercial, su importancia, los objetivos y cómo influyen en la toma de decisiones de las empresas.
- Identificar los aspectos más importantes de las fuentes de información y el uso de las principales herramientas de inteligencia comercial disponibles.

Introducción

Hasta hace pocos años, se hablaba de la inteligencia como una cosa única. Un día, en 1995, el psicólogo estadounidense Daniel Goleman publicó un magnífico libro titulado “La inteligencia emocional”, que causó furor. A partir de ese momento, las escuelas de negocios, los gurús del mundo empresarial, los líderes de opinión, empezaron a diferenciar la inteligencia de la inteligencia emocional, con lo que la inteligencia a secas pasó a ser por contraposición, inteligencia racional.

Unos años antes el psicólogo estadounidense y profesor de Harvard, Howard Gardner, ya había formulado la existencia de inteligencias múltiples: la inteligencia natural, la inteligencia estratégica, la inteligencia heredada, la inteligencia aprendida, la inteligencia interpersonal, la inteligencia comunicativa, la inteligencia política, la inteligencia musical, la inteligencia científica, la inteligencia lógico-matemático, la inteligencia financiera, la inteligencia comercial y muchas otras más.

La pequeña y mediana empresa (PYME) es considerada como uno de los actores del desarrollo. El nuevo contexto internacional en que se mueve los negocios plantea grandes desafíos a las PYMES de Perú. El futuro de éstas se definirá cuando hayan puesto a prueba su capacidad de competir en economías crecientemente desreguladas y abiertas a los intercambios con el exterior. La lucha se dará en el mercado interno y en los mercados internacionales.

El tema del manejo del conocimiento y la información como ingrediente central de una gestión empresarial en las PYMES en Latinoamérica debe ser percibida como una salida al escaso margen de maniobra que estas organizaciones tienen para sobrevivir en un mundo globalizado. El poco margen de maniobra de las PYMES reside en la “capacidad de la gerencia de desarrollar estrategias competitivas” y en la “capacidad de articular acuerdos para construir cadenas de valor”. La ingeniería de estrategias y acuerdos pasa por una fortalecida capacidad de inteligencia empresarial e las PYMES.

El dilema es que frente a este problema los empresarios PYMES por lo general: no están conscientes del tema de la inteligencia comercial y de todas las facetas que este incluye, no disponen de los recursos para crear en su empresa un área especializada permanente en temas de inteligencia comercial o no disponen de la tecnología ni la cultura del uso de conocimientos de la información, ni tampoco maneja una información completa y fidedigna del mercado de proveedores de conocimientos e información, lo que conlleva lo que su comportamiento como consumidor de conocimiento e informaciones provistas por actores externos no sea coherente ni informado.

2. Aspectos relevantes, importancia y objetivos

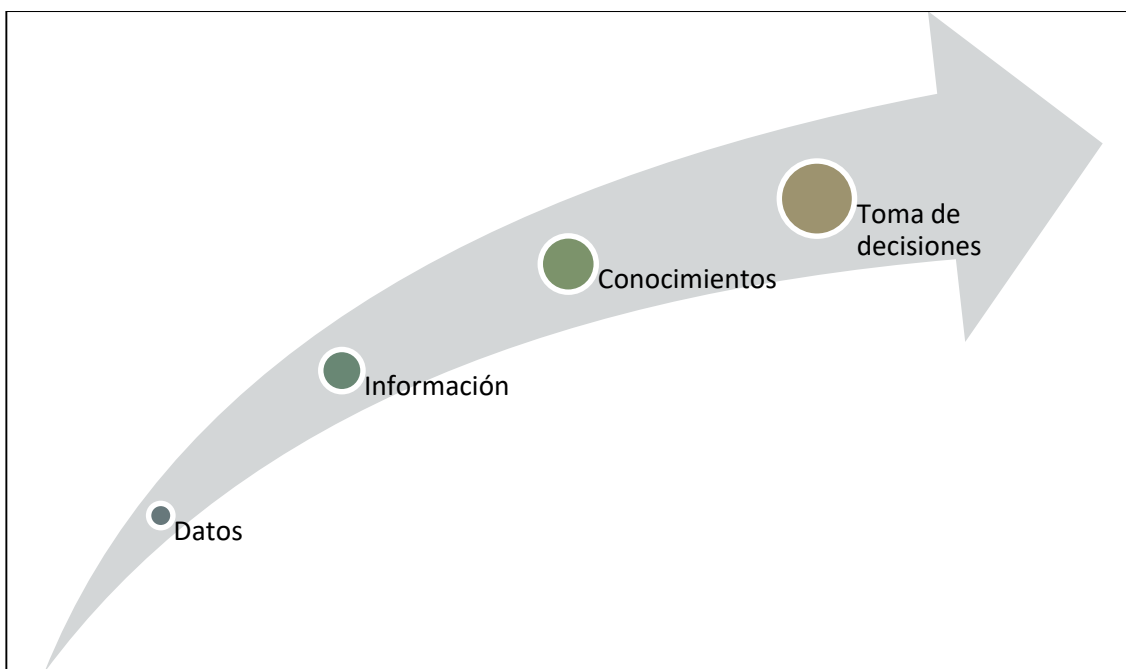
La inteligencia comercial es un proceso mediante el cual una empresa reúne información relevante y la transforma en conocimiento para la toma de decisiones sobre sus procesos de venta.

Las decisiones que deben tomar los empresarios parten del conocimiento. En lo que refiere a inteligencia comercial conocimiento sobre la empresa, el negocio y su contexto.

Para llegar a ese conocimiento se necesita información. Pero no cualquier información, el conocimiento se basa en información útil y precisa.

La información tiene su origen en un conjunto de datos que son recopilados en todos los aspectos del negocio.

Todos los datos que son recopilados son organizados y ordenados para convertirse en información que bien comprendida se convierte en conocimiento. Estos deben llevar a los empresarios a tomar buenas decisiones. En este proceso se basa la Inteligencia Comercial.



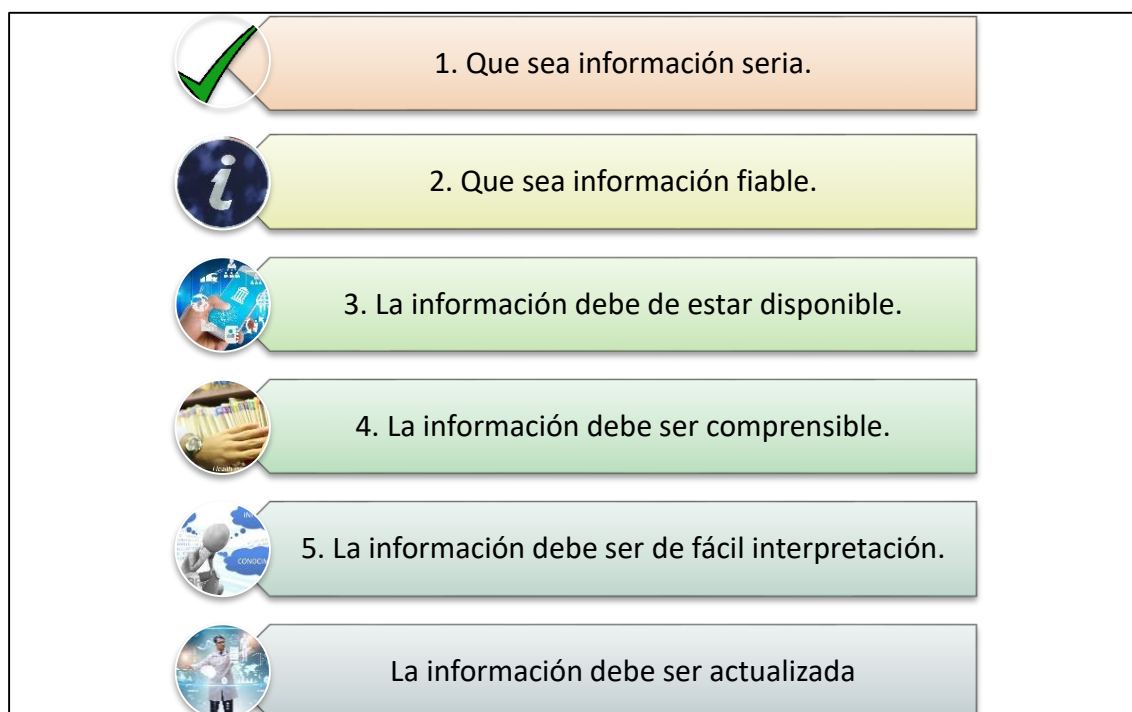
Amigo exportador recuerda que:
la información solo se convierte en positiva para nuestra empresa, si somos capaces de acceder a ella, entender su utilidad y aplicarla de tal manera que se convierta en conocimiento relevante.

2.1. Características de la información

La información en el mundo de las exportaciones es importante, necesitamos saber y cuanto antes lo sepamos mejor. Una de las ventajas de la era de internet es que nos ofrece la posibilidad de acceder a una gran cantidad de información con una inmediatez que hasta hace pocos años era simplemente inconcebible.

Esto constituye a su vez uno de los mayores problemas a los que se enfrentan los empresarios. ¿Cómo gestionar tal cantidad de información de manera adecuada?

Hoy en día circula una inmensa cantidad de información para seleccionar aquella que nos sirva es necesario considerar las siguientes características:



2.2. Importancia de la inteligencia comercial

La inteligencia comercial en los negocios muestra datos actuales e históricos dentro de su contexto empresarial para que las empresas tomen mejores decisiones. Cuando los datos correctos se utilizan de forma eficaz, pueden ayudar con cualquier cosa, desde el cumplimiento hasta los esfuerzos de contratación.

Algunas formas en que la inteligencia comercial en el proceso de exportación puede ayudar a las empresas a tomar decisiones más inteligentes basadas en los datos.

A continuación, veremos cuál es la importancia de la inteligencia comercial y por qué es necesaria su implementación en nuestra empresa:

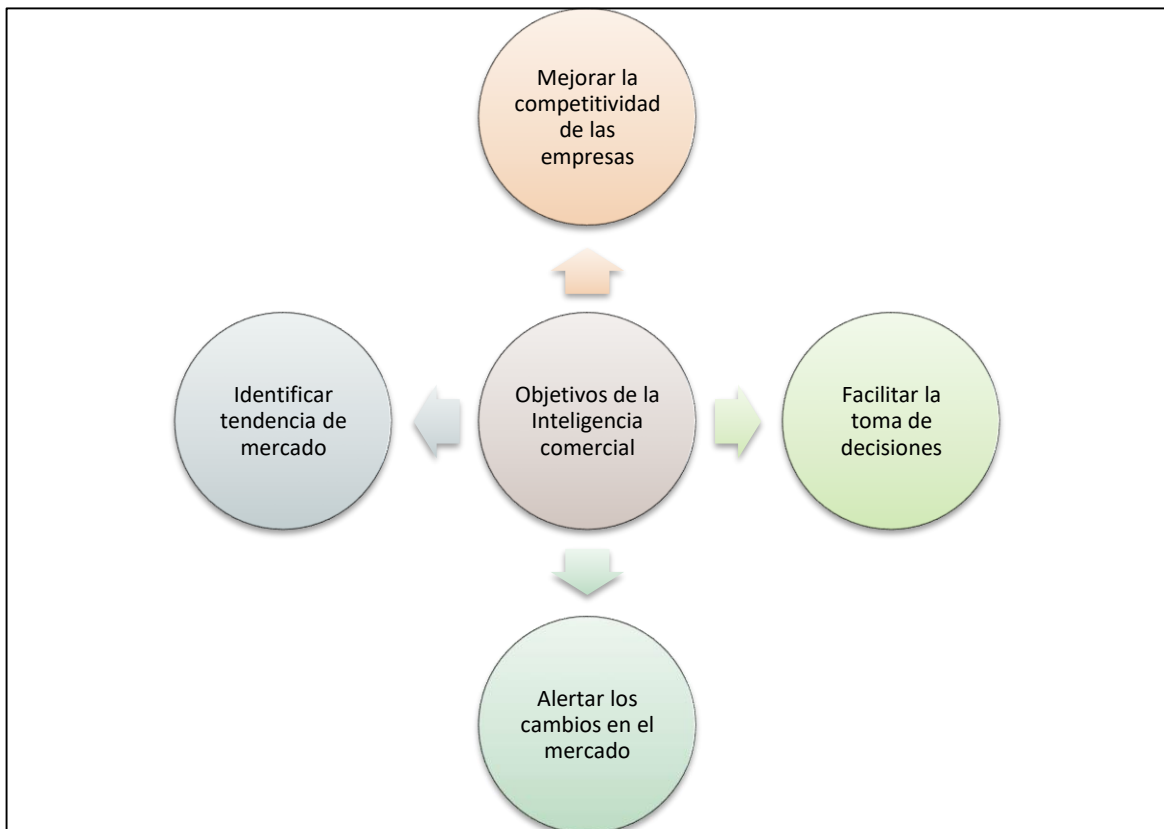
1. Reduce los riesgos en nuestras operaciones en el mercado.
2. Ayuda a identificar oportunidades de negocio antes o mejor que la competencia.
3. brinda alta calidad de información sobre los clientes y competidores.
4. Mejora el conocimiento de la competencia y el contexto de nuestro mercado.
5. Facilita un buen planeamiento, ejecución y monitoreo de la gestión comercial.

2.3. Objetivos de la inteligencia comercial



Amigo exportador:

Ahora, veamos cuáles son los cuatro principales objetivos de la Inteligencia Comercial, es decir qué busca conseguir.



La inteligencia Comercial está llamada a ser una herramienta fundamental en el desarrollo de las empresas en el Perú y su competitividad en sus procesos de internacionalización.

Referencias bibliográficas

- ASOCIACIÓN ALEMANA DEL SECTOR FERIAS Y EXPOSICIONES (AUMA)** (2023) (<https://www.auma.de/es>)
- Bassat, Luis** (2012) "Inteligencia comercial" Quinta edición.
- Campos Arteaga, Evelyn** (2017) "Herramientas de inteligencia comercial" Seminario Miércoles del exportador (29 de marzo de 2017) Perú. PROMPERÚ.
(<https://repositorio.promperu.gob.pe/server/api/core/bitstreams/9fa4c829-4b16-4801-aab5-8de883f6c126/content>)
- CENTRE FOR THE PROMOTION OF IMPORTS FROM DEVELOPING COUNTRIES (CBI)** (2023) (<https://www.cbi.eu/>)
- Cotrina Roque, Sergio** (2018) "Herramientas de inteligencia comercial" Seminario Miércoles del exportador (21 de febrero de 2018) Perú. PROMPERÚ.
(<https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstreams/c77b26e1-4622-4584-9689-94267befa320/download>)
- COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO (PROMPERÚ)** (2023) (<https://exportemos.pe/>)
- DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES DE LA CANCELLERÍA DE CHILE (PROCHILE)** (2023) (<https://www.prochile.gob.cl/>)
- ESPAÑA EXPORTACIÓN E INVERSIONES (ICEX)** (2023) (<https://www.icex.es/>)
- Joyanes Aguilar, Luis** (2013) "Big Data: Análisis de grandes volúmenes de datos en organizaciones" Primera edición. México.
(<https://books.google.com.ec/books?id=1GywDAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>)
- NFERIAS** (2023) (<https://www.nferias.com/>)
- Noel Ventura, Olga** (2018) "Inteligencia comercial internacional para el desarrollo de estrategias de ingreso a nuevos mercados" Seminario Miércoles del exportador (09 de mayo de 2018) Perú. PROMPERÚ.
(<https://repositorio.promperu.gob.pe/server/api/core/bitstreams/53ef2525-ff13-445a-a3eb-c458464a2b5a/content>)
- Pizzini, Fiorella** (2017) "Herramientas de inteligencia comercial: Trade Map y Standards Map" Seminario Miércoles del exportador (29 de noviembre de 2017) Perú. PROMPERÚ.
(<https://repositorio.promperu.gob.pe/server/api/core/bitstreams/f37017c2-c77e-41e6-9afe-c8085ad8581e/content>)
- PROCOLOMBIA** (2023) (<https://procolombia.co/>)
- PORTALFERIAS** (2023) (<https://www.portalferias.com/>)

SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADUANAS Y ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA (SUNAT) (2023)
(<https://www.sunat.gob.pe/>)

TRADE MAP INTERNATIONAL TRADE CENTER (ITC) (2023) (<https://www.trademap.org/>)

WORLD INTEGRATED TRADE SOLUTION (WITS) (2023) (<https://wits.worldbank.org/>)


Sobre PROMPERÚ


La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo-PROMPERÚ tiene como objetivo posicionar al Perú en el mundo a través de la promoción de su imagen, sus destinos turísticos y sus productos de exportación con valor agregado, contribuyendo al desarrollo sostenible y descentralizado del país.


En el campo de las exportaciones PROMPERÚ ofrece una amplia gama de servicios que promueven la internacionalización de las empresas peruanas:

- Orientación e información: servicios de orientación personalizada e información especializada sobre exportaciones e internacionalización empresarial.
- Capacitación: la más variada oferta de talleres y seminarios sobre comercio internacional que le permitirán fortalecer y ampliar sus conocimientos para exportar.
- Asistencia empresarial: asistencia técnica especializada y herramientas de adaptación del producto, gestión empresarial, facilitación y calidad que le permitirán dar el gran salto hacia la exportación de sus productos y servicios.
- Promoción: herramientas de promoción y contacto con compradores internacionales que permitirán ampliar su cartera de clientes con una mayor exposición de sus productos.

Contáctanos

 Plataforma de atención al exportador
[Av. Jorge Basadre 610 - San Isidro - Lima – Perú](#)

 WhatsApp: (+51) [990 060 194](tel:+51990060194)

 Aló Exportador: (+51) [604-5601](tel:+516045601) | [604-5602](tel:+516045602)

 Correo electrónico: exportaciones@promperu.gob.pe

 TelExportemos: solicita una cita virtual en <https://bit.ly/3rtjSQh>

 <https://www.facebook.com/promperu>

 <https://www.youtube.com/@promperu>

 <https://twitter.com/Promperu>

www.promperu.gob.pe

