



**conacter**

Consultoría de Actividades Internacionales



# METODOLOGIA PARA DESARROLLO DE MERCADO

# Objetivo

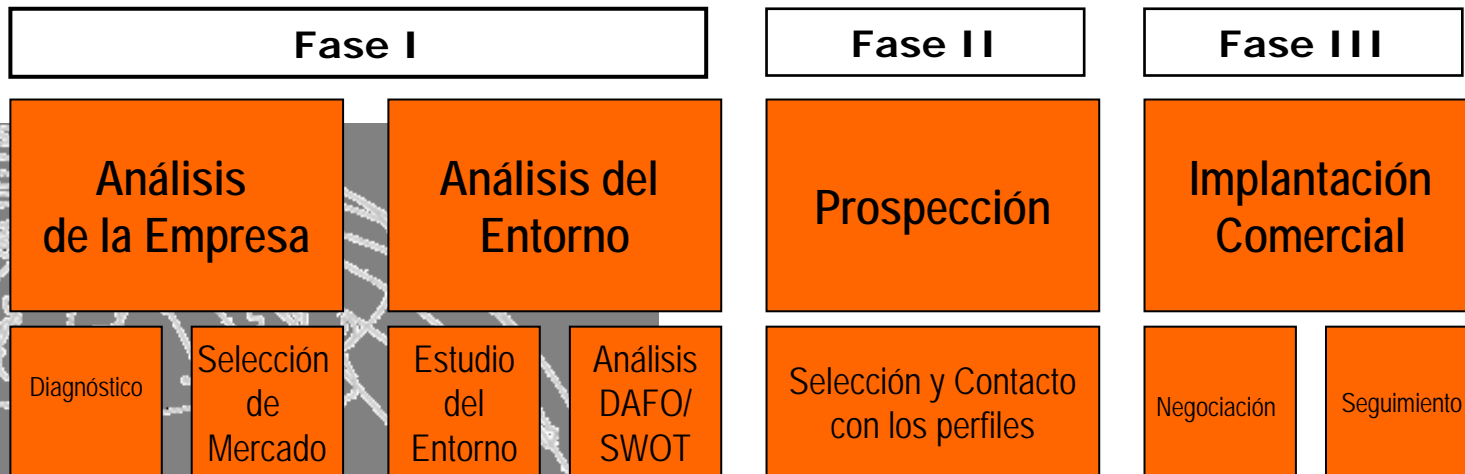


Aplicar herramientas de marketing internacional para:

- Promover la entrada estructurada de medianas empresas en mercados externos
- Crear y consolidar expertise para exportación.



# Fases de Desarrollo



# Diagnóstico



**Objetivo:** Conocer la situación actual de la empresa, su negocio, productos, capacidad de inversión, producción y otros determinantes internos que impactan en un nuevo mercado.

## **Actividades:**

**Recogida de Información:** Entrevistas personales, formularios, conferencias telefónicas con los principales ejecutivos de la empresa.

**Análisis:** Cualificación de los datos y consolidación en un informe identificando los puntos fuertes y de atención.

**Conclusión:** Recomendaciones para reducir los riesgos relacionados al proceso de internacionalización.

# Selección de Mercados



**Objetivo:** Definir los mercados de mayor potencial para los productos y servicios de la empresa. El desafío es elegir lo mas adecuado considerando los factores determinantes para el éxito del negocio.

## **Actividades:**

**Filtro Preliminar:** Definición de entorno socio demográfico, político, económico, tendencias y mercado potencial considerando las características de la empresa y su sector.

**Análisis:** Definición de indicadores y asignación de un valor a cada indicador de acuerdo con la actividad y sector de la empresa.

**Conclusión:** Identificación de los países que no cumplen con las expectativas para el negocio.

# Estudio de Mercado



**Objetivo:** Conocer el entorno y poder determinar el potencial de demanda, verificar si hay consumidor para el producto realmente, proveer datos para la formación de precios y definir la estrategia de entrada en el mercado objetivo.

## **Actividades:**

**Análisis del Marco Global:** Sistema Político, Económico, Socio Demográfico y Tecnológico.

**Análisis del Sector:** Oferta y Demanda y Factores Externos (poder político, estructura competitiva y estabilidad del sector).

## **Tamaño y Potencial**

**Análisis de Competencia:** Identificación, evolución económica y productiva, factores que caracterizan la competencia, precio, marca, canales, etc.

# Estudio de Mercado



## **Actividades:**

**Requisitos Técnicos y Legales :** Sistema de Aduanas, Reglamentación, Adaptaciones Necesarias al Producto.

**Canales de Distribución:** Canales de Venta, Cadena de Compra y tipo de distribución.

**Aspectos Logísticos y Operativos:** transporte y aspectos de embalaje y almacenamiento.

**Comunicación:** visión general de cómo están siendo promocionados y posicionados los productos y servicios en el sector.

**Análisis DAFO:** Es la matriz utilizada para el análisis de datos internos y externos del entorno competitivo de la empresa, apoyando la toma de decisión de la empresa hacia al nuevo mercado.

# Modelo de Entrada



**Concluida la FASE I**



Que? Productos y Servicios  
Donde? Selección y Segmentación de potenciales mercados  
Como? La forma que estará presente en el mercado  
Que precios? Posicionamiento en relación al sector.



**Definición del modelo de entrada  
y perfil de prospección**

# Prospección



**Objetivo:** hacer una selección rigurosa de potenciales socios comerciales y actividades de promoción y articulación comercial para implantación en el nuevo mercado.

## **Actividades:**

**Selección de Base de Datos:** se considera aspectos como la fecha, actualización, segmentación, persona de contacto y informaciones adicionales que ofrece.

**Selección de Potenciales Socios:** Filtro en la base de datos según criterios definido en el perfil de prospección.

**Prospección de Perfiles y Promoción de la Empresa:** e-mail marketing y contacto por teléfono con los perfiles de interés. Uso de entidades sectoriales para promover el perfil deseado.

# Prospección



## **Actividades:**

### **Selección de Interesados**

**Seguimiento de los contactos:** uso de ficha estándar que registra todos los contactos con empresas que tienen interés en avanzar.

Se recogen datos de:

- Nombre y dirección
- Actividad que realiza
- Capacidad Económica
- Persona de Contacto
- Interés (productos y mercado)

## **Conclusión:**

- Listado de Empresas Interesadas
- Informe de Contactos
- Agenda de Negociación con empresas interesadas en negociar.

# Negociación



**Objetivo:** Es la fase de hacer los contratos y establecer una relación de largo plazo entre las partes.

**Actividades:**

**Agenda de Negociación**

**Reuniones:** apoyo y capacitación de empresarios en aspectos de cultura, idioma y otros que se hagan necesarios.

**Envío de muestras**

**Ventas de prueba**