



Innovación que transforma vidas.

Curso: Desarrollo de negocios internacionales

Tema 8. Evaluación y selección de los mercados de exportación

Tema 8. Evaluación y selección de los mercados de exportación

Evaluación y selección de los mercados de exportación

Importancia de la evaluación y selección de mercados

El proceso de evaluación y selección de mercados

Estrategias, técnicas o instrumentos para la evaluación y selección

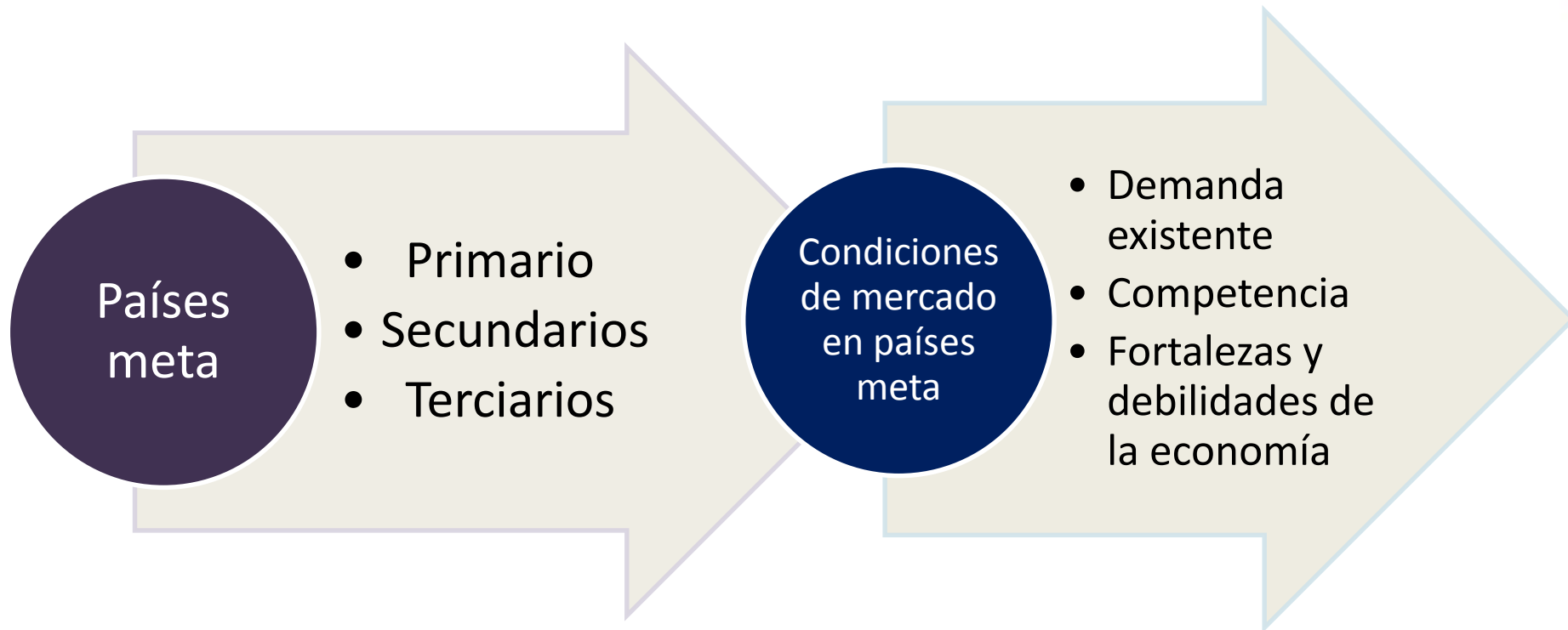
Evaluación y selección de los mercados de exportación



¿A qué país exportaremos?

- Se debe analizar y seleccionar el mercado hacia el cual quiere dirigir los esfuerzos de expansión
- Existen más de 230 países con más de 6,900 millones de consumidores potenciales (ESA-UN, 2013).

Etapas para una investigación de mercados

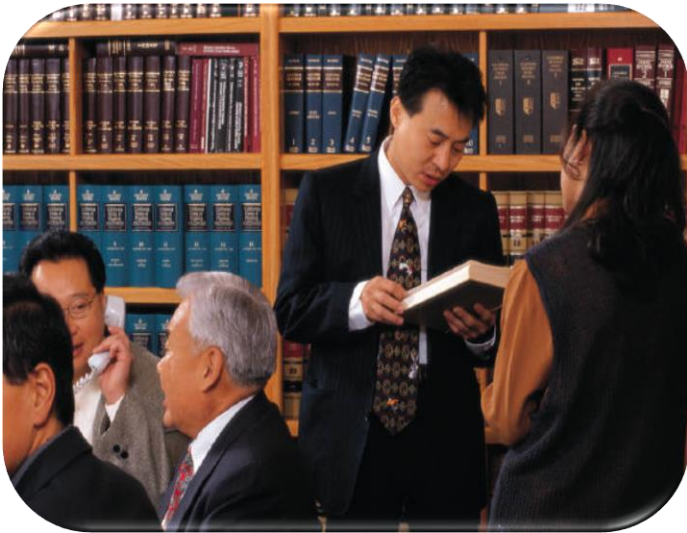


(Daniels, 2013).

Etapa 1: Países meta

Información estadística de los países sobre las importaciones de productos similares a los de la empresa.

- Fuentes primarias
- Fuentes secundarias

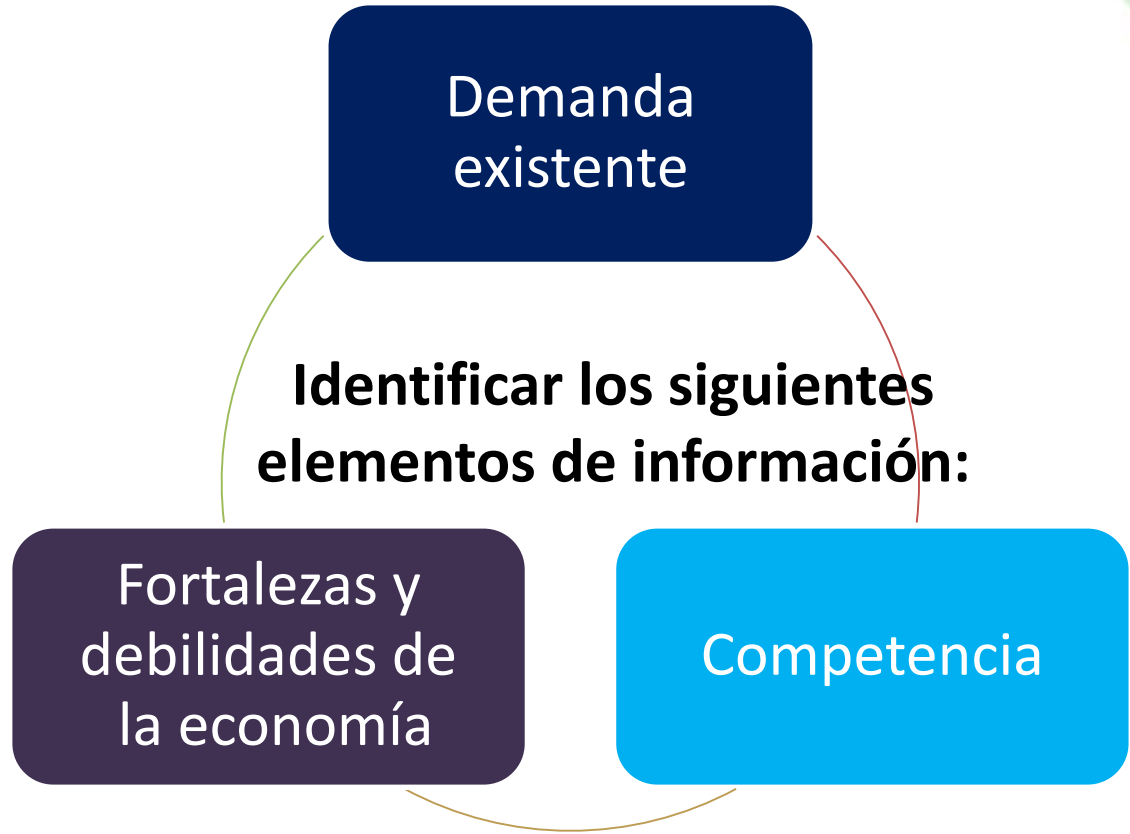


(Daniels, 2013).

Etapa 2: Condiciones de mercado en países meta

Barreras de ingreso, estímulos para nuevas empresas, para la importación o exportación, etc.

Adaptado de Daniels (2013) y Hill (2011).



Proceso de evaluación y selección de mercados

Análisis preliminar incluyendo el entorno político, económico, geográfico/demográfico y socio-cultural

Análisis del mercado de los países potenciales

Evaluación del potencial de ventas de la empresa

(Daniels, 2013).

Análisis preliminar

Entorno político

- Analizar el sistema de gobierno actual, la continuidad y estabilidad política en la etapa contemporánea.
- Analizar la intervención gubernamental en los negocios y en las comunicaciones.
- Considerar la apertura hacia el comercio exterior (restricciones al comercio, barreras arancelarias y no arancelarias, acuerdos de libre comercio firmados).

(Daniels, 2013).

Análisis preliminar



Entorno económico

- Estudiar el nivel de desarrollo y crecimiento económico.
- Considerar la importancia del comercio exterior para la economía.
- Analizar la divisa, la tasa de inflación, los controles del tipo de cambio.
- Analizar la balanza de pagos.
- Considerar el ingreso *per cápita* y su distribución.

(Daniels, 2013).

Análisis preliminar



Entorno geográfico/ demográfico

- Tener en cuenta el tamaño de la población, su distribución por edades, densidad, la distribución urbana y rural.
- Considerar las variaciones climáticas, las distancias, distribución física y las vías y los medios de transporte disponibles.

(Daniels, 2013).

Análisis preliminar

Entorno socio-cultural

- Conocer el nivel de educación.
- Tener en cuenta la distribución de las clases sociales.
- Analizar las similitudes y diferencias respecto al mercado propio.
- Considerar la tasa de analfabetismo.
- Conocer acerca del lenguaje, las costumbres y otras consideraciones culturales.
- Considerar la importancia y sensibilidad de la religión.

(Daniels, 2013).

Análisis del mercado de los países potenciales

1

- Limitaciones al comercio exterior (aranceles, cuotas, documentación y regulaciones importación, otras barreras)

2

- Consideraciones legales (inversiones, impuestos, empleo, legislación hacendaria)

3

- Identificación del potencial de venta (producto(s) y/o servicios (clientes potenciales, producción local, competidores, nivel de importaciones)

4

- La disponibilidad de productos sustitutos

5

- La actitud de los consumidores locales hacia los productos de origen extranjero

(Daniels, 2013).

Análisis del mercado de los países potenciales

6

- La disponibilidad de intermediarios

7

- La capacidad logística del mercado, teniendo en cuenta el transporte local, regional y nacional

8

- La cantidad de mano de obra disponible y su costo

9

- Las condiciones para la fabricación local

(Daniels, 2013).

Evaluación del potencial de ventas de la empresa




(basado en Daniels, 2013)

Créditos

- Experto de contenido: Armando de Jesús López Sánchez
- Diseñadora instruccional: Alejandra Laura Govea Garza
- Diseñadora gráfica: María Enriqueta López Galván
- Programador: Hugo Arnulfo Aguilar Bugarin
- Administradora del proyecto: Adriana M. González González
- Directora del proyecto: Laura Asela Serrano Corral

**Dirección de innovación
Campus en Línea
Vicerrectoría de Formación Ejecutiva
Universidad Tecmilenio**



La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACION SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.