

¿Qué es perfil de Mercado?

Un Perfil de Mercado brinda a la empresa una noción preliminar acerca de la situación que enfrenta su producto en un mercado previamente seleccionado. La información incluye no sólo el tratamiento arancelario, sino también estadísticas de comercio exterior de ese país, una breve descripción del mercado y sus principales características y, para iniciar contactos directos, listados de potenciales importadores o distribuidores. El perfil de mercado es un resumen de las características de un mercado, que incluye la información de los compradores y competidores tradicionales, así como información general sobre la economía y patrones del comercio al por menor en un sector. Su objetivo general es facilitar la expansión del sector de comercio extranjero de los países en desarrollo.

Algunos de sus Beneficios son:

- Alertar a los exportadores sobre las oportunidades de negocio.
- Mejorar las relaciones y estimular el diálogo con la comunidad empresarial local.
- Formar el personal en técnicas de investigación de mercados y adquisición de experiencia para un producto específico.
- Perfeccionar el uso de la información disponible, para colocarla a disposición de la comunidad empresarial.

Sus principales usuarios son las empresas orientadas a la exportación y a la importación.

¿Qué es el plan de exportación? ¿Cuál es su objetivo principal?

Es un documento en donde están plasmadas todas las ideas, y características del proyecto exportador, en el se encuentran todos los ítems de desarrollo, que serán evaluados por un inversionista o comprador. Es a su vez una poderosa herramienta de ventas en el extranjero que es conveniente efectuar antes de realizar cualquier operación de comercio exterior, ya que tiene como objetivo permitir al empresario conocer el país meta antes de iniciar sus proyectos; de esta manera sabrá si es conveniente realizarlos.

El plan de exportación proporciona la siguiente información:

- Datos socioeconómicos
- Estadísticas de mercado importación y/o exportación.
- Regulaciones y restricciones no arancelarias
- Cuotas compensatorias
- Listado de clientes y proveedores potenciales
- Trámites y requisitos, entre otros.

El plan es la carta de presentación del empresario, tanto para los posibles clientes como para la empresa misma, ya que le permite conocer sus fortalezas y debilidades mediante la obtención de la información contenida en el plan de negocios.