



TuComex

CURSO EXPERTO TUCOMEX

ANÁLISIS DE MERCADOS INTERNACIONALES - Sesión 2



Sesión 1. Introducción Análisis de mercados internacionales

→ Sesión 2. Investigación Secundaria

Sesión 3. Investigación Primaria

Objetivos de aprendizaje

- Conexión Estudio de Mercado Internacional y proceso estratégico
- Investigación secundaria – Qué es? Porqué?
- Ejemplo



Conexión E.M.I y proceso estratégico

- Investigación
 - Primaria
 - Secundaria
- Datos
 - Cualitativos
 - Cuantitativos
- Calidad datos
 - Validez y Fiabilidad



Conexión E.M.I y proceso estratégico

- Objetivo
 - La información recogida nos servirá para llevar a cabo un análisis del entorno (external analysis)
- Herramientas estratégicas
 - Pestel
 - Porter's 5 forces
 - Otras



Investigación secundaria

- Fuentes:
 - Bibliotecas y bases de datos comerciales
 - Asociaciones comerciales
 - Informes de investigación de mercado
 - Revistas y periódicos especializados
- Investigación documental, información de segunda mano (información recopilada por terceros)
- El objetivo es revisar los hallazgos de investigaciones anteriores para obtener una comprensión amplia del campo de estudio

Investigación secundaria

- Pasos:
- Determinar los objetivos de la investigación (identificar el problema)
- Identificar fuentes de información adecuadas y relevantes
- Recolección de información (vía Google, estudios de mercado)
- Combinar y comparar la información recolectada
- Identificar información relevante
- Analizar la información

Investigación secundaria. Ejemplo

- Cliente: Calzatix. Empresa de calzado
- Mercado potencial. México
- Tipo de producto
 - Zapato tipo: Calzado con suela de caucho, plástico, cuero regenerado y parte superior de cuero natural
 - Código HS: 640399



Investigación secundaria

- Análisis macroeconómico:
- The World Bank: <https://data.worldbank.org/>
- CIA FactBook: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/>
- Análisis microeconómico:
- Intracen: <https://www.intracen.org/itc/analisis-mercados/estadisticas-del-comercio/>
- Estudios de mercado: [https://www.icex.es/icex/es/ficha_calzado Perú](https://www.icex.es/icex/es/ficha_calzado_Perú)

Investigación secundaria. Características

- La información no ha sido creada específicamente para nosotros
- Información accesible
- Relativamente fácil de encontrar y de bajo coste
- No está dirigida específicamente a nuestras necesidades

Conclusiones



- Investigación secundaria y proceso estratégico
- Qué es – Objetivos – Características
- Ejemplo



¡Muchas gracias!

Xavi Reverter

Analista de mercados TuComex

+34 636473947 xavier.reverter@tucomex.com



Sede Central:

C/ Calnuevas, 2, C.C. Arcocentro
19001 Guadalajara. Spain
info@tucomex.com