

# IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES MEDIANTE EL SITEMA DE ANÁLISIS DE MERCADOS

---

José Eduardo Méndez González  
Especialista en Modelos de Oportunidades de Negocio

1. Exportaciones mexicanas - **Alimentos y bebidas.**
2. Herramientas **de inteligencia**
3. ITE - **Objetivo**
4. ITE - **¿Que es?**
5. ITE – Metodología: **Sistema de Análisis de Mercados**
6. ITE – **Entregables**
  - 6.1. Primer **entregable**
  - 6.2. Segundo **entregable**
7. Algunos **clientes atendidos**
8. Algunos **resultados**

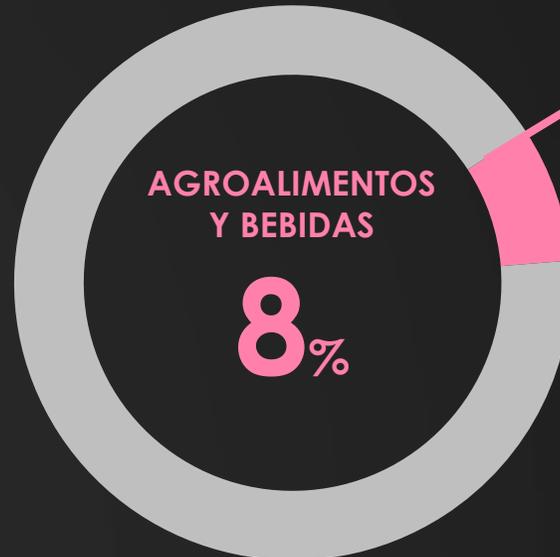
# 1. Exportaciones mexicanas

MÉXICO  
2017

TOTAL DE EXPORTACIONES

\$ **409**

MIL MILLONES USD



# 2. Herramientas de inteligencia

## ¿A DÓNDE ES MEJOR EXPORTAR?



### 3. ITE-Objetivo



- Facilitar a la empresa “**aterrizar una estrategia**” en la toma de decisiones para la **diversificación** de mercados de su oferta exportable

- Coadyuvar a que las empresas ahorren en **tiempo, inversión de fuentes de información** altamente reconocidas, y **recursos especializados**.



- Atender la excesiva **concentración** de las exportaciones en un **sólo mercado**.

- Promover la **continuidad** de empresas en **actividades de exportación**



#### DIRECCIONAR ESTRATEGICAMENTE ACCIONES COMO:

- Encuentros y agendas de negocios;
- Participación en Ferias y eventos internacionales;
- Estudios de mercado en países específicos;
- Asesorías especializadas, entre otros.

## 4. ITE-¿Que es?

### ESTUDIO

hecho a la medida de la empresa **exportadora** o con **potencial exportador**

Consta de **dos entregables**:

PDF

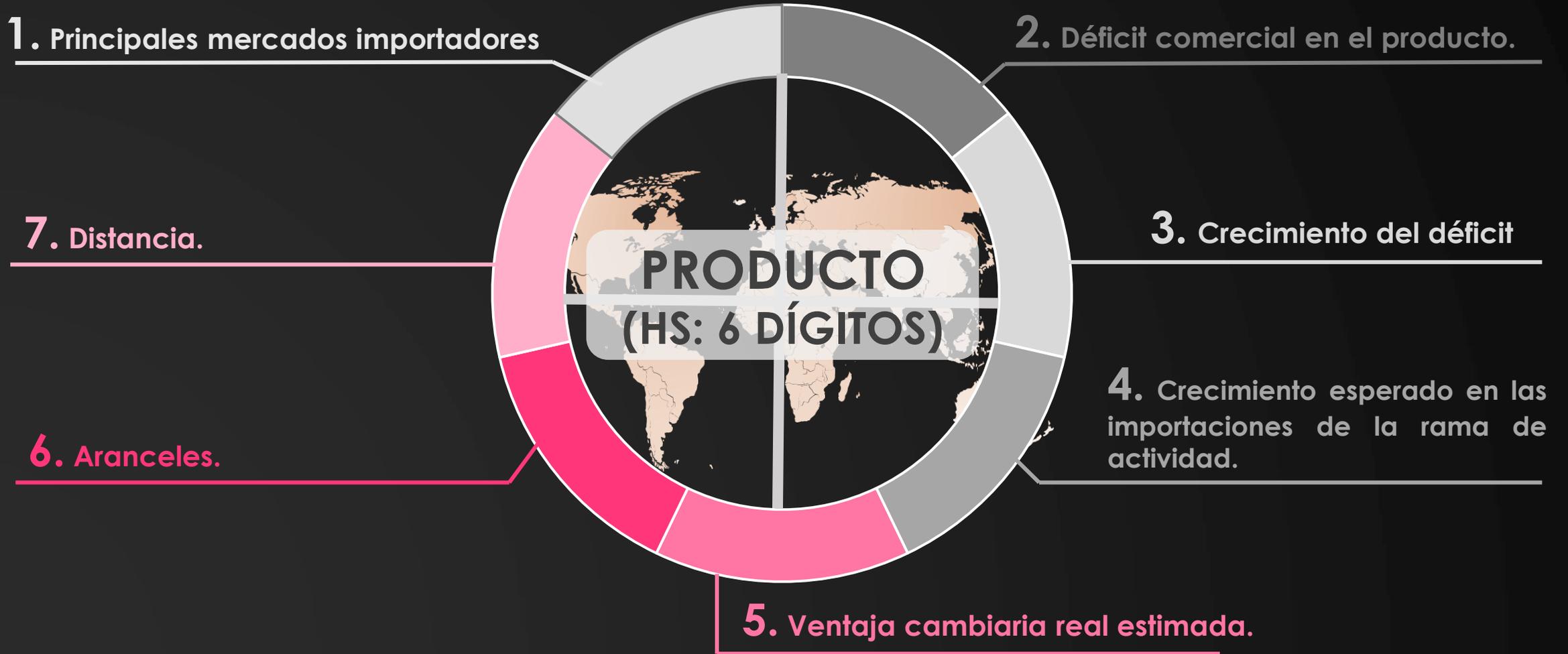
- Presentación ejecutiva** con la **identificación de mercados para diversificación** de exportaciones, identificación de aranceles de importación y semáforo de restricciones no arancelarias en países objetivo con mejores resultados.

XLS

- Directorio de clientes potenciales** en países seleccionados de acuerdo a los resultados del estudio.

**PASO 1**

**7 VARIABLES DE SELECCIÓN EN 4 REGIONES**



## PASO 2



### VARIABLES DE COMPETENCIA

## MÉXICO:

**Ventaja** sobre actuales  
**proveedores** de los  
mercados seleccionados



**Tipo de Cambio Real**



**Distancia**



**Aranceles**



**Restricciones No Arancelarias**

**Valor de la oportunidad** asociado al “abatimiento” de competidores

## FUENTES DE INFORMACIÓN



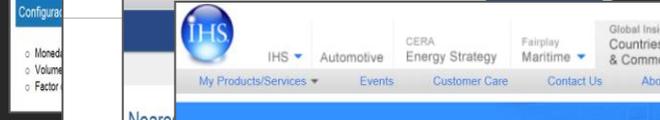
**Global Trade Atlas, UN Comtrade, Trade Map:** Estadísticas de comercio (exportaciones e importaciones).



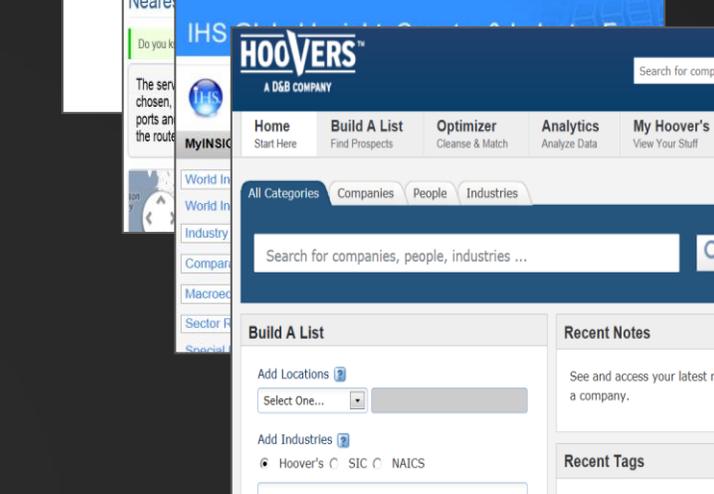
**Trade Wizards:** Aranceles y regulaciones no arancelarias.



**Sea Rates:** Calcula distancias marítimas puerto a puerto.



**IHS Connect:** Información histórica y pronósticos de diversos indicadores económicos y por rama de actividad para cada producto.



**Hoover's:** Permiten identificar importadores y/o distribuidores de productos en mercados de interés, para la elaboración de clientes potenciales.

# 5. ITE-Metodología

## COBERTURA

### E. ORIENTAL, ÁFRICA Y MEDIO ORIENTE

Bulgaria  
Eslovaquia  
Hungría  
Polonia  
República Checa  
Rumania  
Rusia  
Turquía  
Ucrania  
Egipto  
Kenia  
Marruecos  
Senegal  
Sudáfrica  
Camerún  
Nigeria  
Túnez  
Arabia Saudita  
Irán  
Israel  
Jordania  
Kuwait  
Emiratos Árabes Unidos

### EUROPA OCCIDENTAL

Alemania  
Austria  
Bélgica  
Dinamarca  
España  
Finlandia  
Francia  
Grecia  
Irlanda  
Italia  
Noruega  
Países Bajos  
Portugal  
Reino Unido  
Suecia  
Suiza

**71** PAÍSES  
EN  
**4** REGIONES

### AMÉRICA

Argentina  
Bolivia  
Brasil  
Honduras  
Panamá  
Perú  
Uruguay  
Venezuela  
Chile  
Colombia  
Costa Rica  
Ecuador  
Canadá  
Estados Unidos  
México

### ASIA PACÍFICO

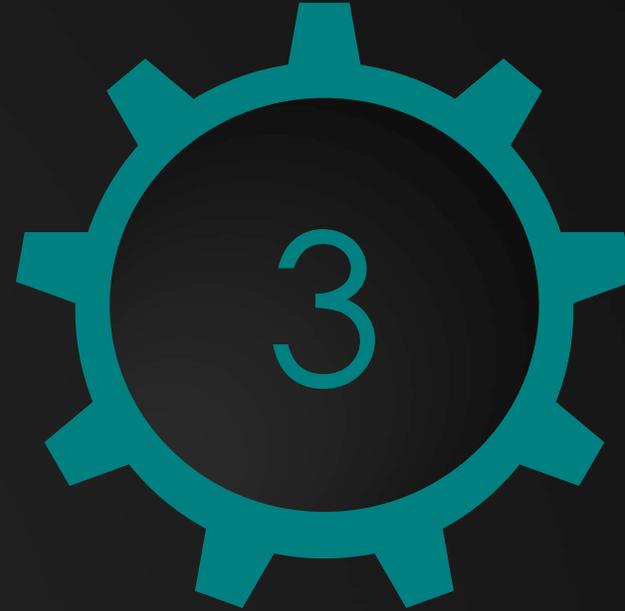
Australia  
China  
Corea Del Sur  
Filipinas  
Hong Kong  
India  
Indonesia  
Japón  
Malasia  
Nueva Zelanda  
Singapur  
Sri Lanka  
Tailandia  
Taiwán  
Bangladesh  
Vietnam  
Pakistán

# COBERTURA



## RAMAS DE ACTIVIDAD

Herramientas con pronósticos de las importaciones de la industria para los bienes tangibles que se someterán al análisis



## MESES

Actualización de estimaciones en indicadores de comercio por industria y económicos.

## 6. ITE-Entregables



Inteligencia  
Técnica para  
Exportadores

### 1ER ENTREGABLE

- a. Oferta y demanda mundial.
- b. Oferta mexicana.
- c. Identificación oportunidades de diversificación en 4 regiones mediante el Sistema de Análisis de Mercados.
- d. **Resultados consolidados.**
- e. **Aranceles y restricciones no arancelarios** aplicados a México y competencia superada.

### 2DO ENTREGABLE

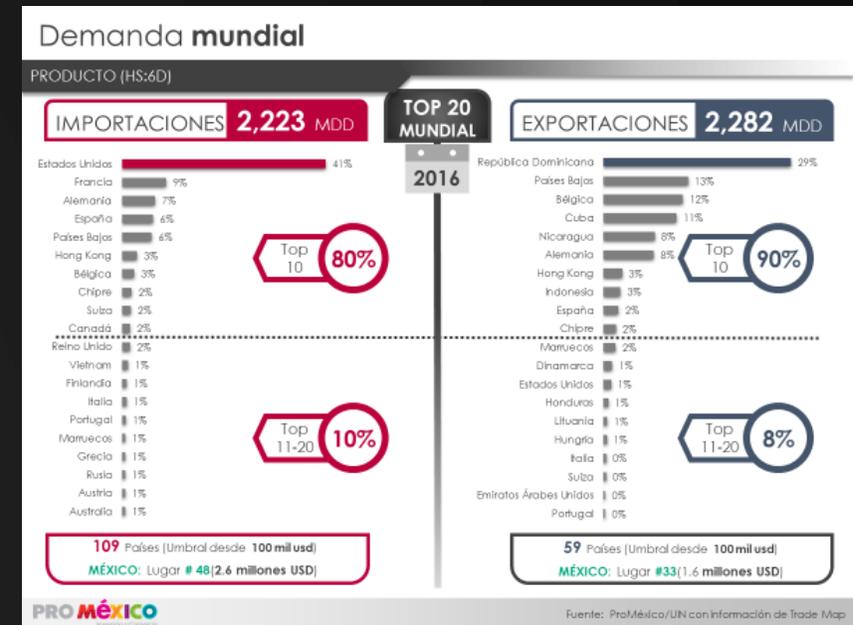
- f. **Directorio** con la **detección de clientes potenciales** en mercados sugeridos.

# 6.1. Primer entregable

## a. OFERTA Y DEMANDA MUNDIAL



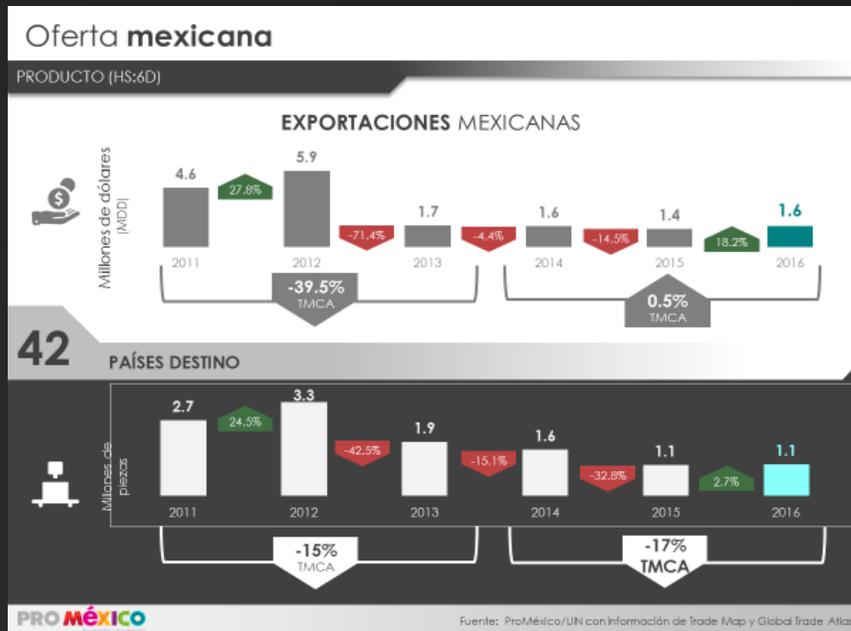
Crecimiento de las importaciones mundiales del producto, en los últimos años.



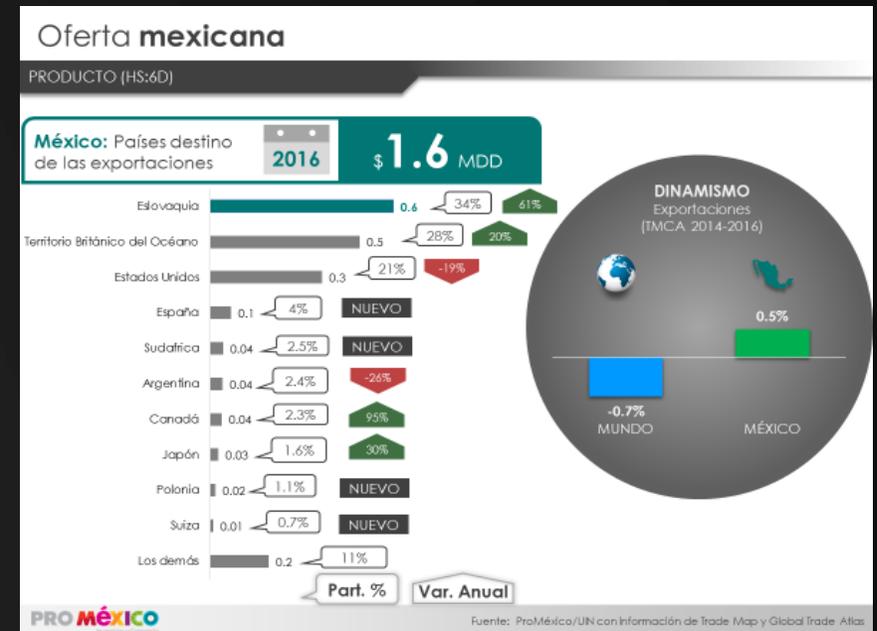
Principales mercados importadores y exportadores mundiales, en el último año de registro

# 6.1. Primer entregable

## b. OFERTA DE MÉXICO



Crecimiento de las exportaciones mexicanas del producto, en los últimos años, en valor y cantidad.



Principales destinos de las exportaciones mexicanas en el último año

# 6.1. Primer entregable

## C. OPORTUNIDADES EN 4 REGIONES

### Oportunidades: América

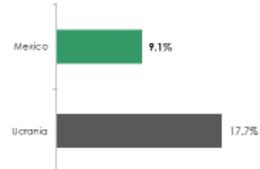
PRODUCTO (HS:6D)

- De los **primeros 10 países importadores de esta región**, la herramienta encontró que en **5** mercados este producto exportado desde México tendrá atractivas oportunidades comerciales.

MERCADO OBJETIVO	Número de países superados en Tipo de Cambio Real	Mercado potencial por ventaja cambiaria (USD, 2016)	Número de países con empate o ventaja en distancia o TCR	Mercado potencial por empate o ventaja en TCR o distancia (USD)	México Exportaciones (USD 2016)
Estados Unidos /3	1	4,943,741	3	16,201,232	20,201,525
Canadá /7	1	5,742,230	2	5,754,173	6,594,086
Brazil /2	2	334,221	2	334,221	31,087,930
Colombia /8	0	0	1	307,303	6,421,560
Chile /16	1	36,600	3	221,501	2,040,193
Panamá /34	2	61,000	1	61,000	107,200
Costa Rica /13	2	38,917	1	38,917	2,574,993
Honduras /23	0	0	0	0	875,625
Perú /18	0	0	0	0	1,890,503
Ecuador /19	0	0	0	0	1,849,190
<b>TOTAL</b>		11,156,709	<b>TOTAL</b>	22,918,347	

Ranking en las exportaciones de México

Ventaja estimada en ESTADOS UNIDOS por Tipo de Cambio Real frente a competidores (2017-2020)

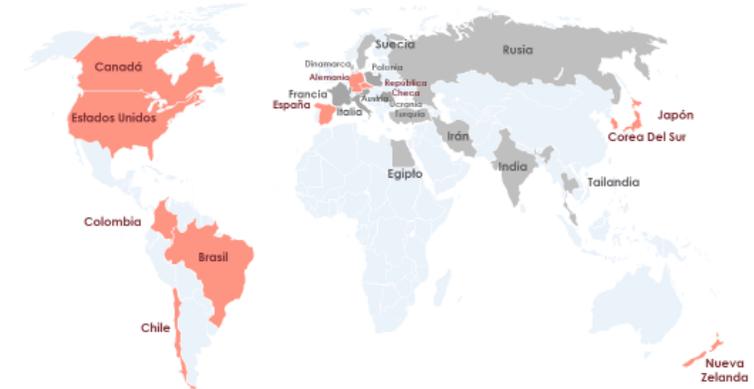


Mercado potencial en ESTADOS UNIDOS asociado a ventajas en TCR y distancia

País	Mercado potencial	Var. % en TCR	Distancia	Tipo de ventaja
México	N.A.	9.10%	110	N.A.
Noruega	7,284,692	10.97%	231	Ventaja en dist. "empate" en TCR
Ucrania	4,943,741	17.66%	354	Ventaja camb. y en dist.
República Checa	3,970,799	13.77%	237	Ventaja en dist. "empate" en TCR
<b>Total</b>	<b>16,201,232</b>			

### 2.3 Oportunidades en 4 regiones

PRODUCTO (HS:6D)



Identificación de mercados potenciales para las exportaciones del producto en cada una de las 4 regiones.

Mapeo de resultados y monto de oportunidad detectados en el análisis.

## d. RESULTADOS CONSOLIDADOS

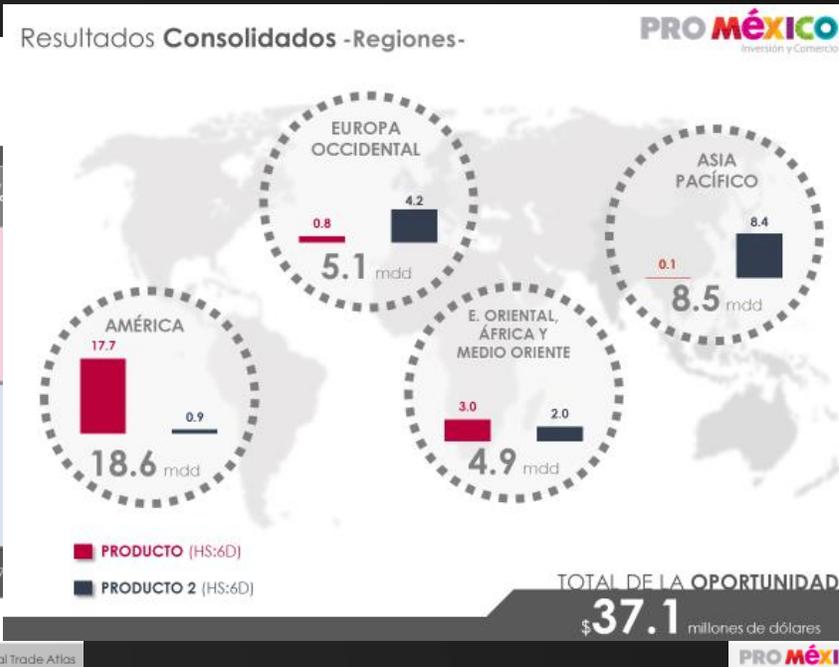


Agrupación de los resultados de los productos sometidos al análisis por:

Resultados Consolidados -Producto-

Fracción	Descripción	PAÍSES CON OPORTUNIDAD (umbral arriba de 100 mil USD)							
		América	Monto de Oportunidad (USD)	Europa Occidental	Monto de Oportunidad (USD)	Asia-Pacífico	Monto de Oportunidad (USD)	Europa Oriental, África y Medio Oriente	Monto de Oportunidad (USD)
HS:6D	Producto	Estados Unidos	16,455,707	Italia*	469,226	Sri Lanka*	112,597	Sudáfrica*	1,329,448
		Canadá	1,025,726	Alemania*	263,617			Israel*	550,000
				Reino Unido*	105,726			Eslovaquia*	376,779
								Hungría*	197,433
HS:6D	Producto 2							Polonia*	183,376
								República Checa*	181,587
								Kuwait*	140,146
		Estados Unidos	474,148	Países Bajos (Holanda)	725,943	Japón	6,101,929	Israel*	907,000
		Chile	420,152	España	381,421	Corea del Sur	1,794,112	Eslovaquia*	699,899
				Suecia*	1,983,236	India*	408,301	República Checa*	377,999
				Reino Unido*	413,503	Sri Lanka*	87,302		
				Irlanda*	362,977				
				Francia*	276,746				
				Alemania*	94,471				
MONTO DE OPORTUNIDAD		AMÉRICA	18,575,733	EUROPA OCCIDENTAL	5,076,866	ASIA-PACÍFICO	8,504,241	EUR ORIENTAL-ÁFR.-M.O.	4,943,666

\*/: Mercado potencial por ventaja cambiaria



Resultados Consolidados -País-

País/ Subpartida	Millones de dólares			Num. de Subpartidas
	Producto	Producto 2	TOTAL	
<b>Productos Consolidados</b>	<b>16.7</b>	<b>0.5</b>	<b>17.1</b>	<b>2</b>
<b>Países Consolidados</b>		<b>6.1</b>	<b>6.1</b>	<b>1</b>
<b>País Sur</b>		<b>1.8</b>	<b>1.8</b>	<b>1</b>
<b>País Sur (Holanda)</b>	<b>1.0</b>		<b>1.0</b>	<b>1</b>
<b>País Sur (Holanda)</b>		<b>0.7</b>	<b>0.7</b>	<b>1</b>
<b>País Sur (Holanda)</b>		<b>0.4</b>	<b>0.4</b>	<b>1</b>
<b>País Sur (Holanda)</b>		<b>0.4</b>	<b>0.4</b>	<b>1</b>
Los demás */	6.9	3	9.5	
<b>TOTAL</b>	<b>24.6</b>	<b>12.5</b>	<b>37.1</b>	

\*/: Mercado potencial por ventaja cambiaria

PRODUCTO

REGIÓN

PAÍS



### f. DIRECTORIO DE CLIENTES



Directorio de clientes potenciales, detectados con nuestras fuentes de información, en mercados seleccionados por la empresa a partir de los resultados del estudio ITE:

#### CAMPOS DE INFORMACIÓN DE LOS DIRECTORIOS:

- Nombre de la Empresa**, razón social de la empresa importadora;
- Código **SCIAN** (Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte) con la **Línea de Negocio** correspondiente;
- Dirección** de la empresa compradora;
- Teléfono** de la empresa compradora;
- Contacto** de alto ejecutivo;
- Página web.**

Directorio de clientes potenciales, detectados con nuestras fuentes de información, en mercados seleccionados por la empresa a partir de los resultados del estudio ITE:

# 7. Algunos clientes atendidos



**Potencia Industrial**



# 8. Algunos resultados



**Maquinaria y  
equipo  
eléctrico-  
electrónico**

Participación %  
en E.U.A  
**71% al 53%**



**Cosméticos y  
jabones**

**9** nuevos  
mercados en  
su mayoría  
**EUROPA**



**Materias  
plásticas y sus  
manufacturas**

Expansión en  
**14** países en el  
**CARIBE, ASIA y  
SUDAMÉRICA**



**Alimentos  
Procesados**

**9** nuevos  
mercados en  
su mayoría  
**SUDAMÉRICA**



**Muebles**

**1ª vez**

**AUMENTARON SUS EXPORTACIONES**



# GRACIAS

[www.gob.mx/promexico](http://www.gob.mx/promexico)