

La inteligencia comercial en los negocios

La inteligencia comercial implica recolectar, almacenar, procesar e interpretar la información necesaria para que una empresa tome decisiones con base en conocimiento. En el Perú, esta práctica no es ajena a los empresarios y recae, principalmente, en la gerencia comercial.

Pero, hay que tener en consideración que la tendencia es que cada empresa tenga un profesional dedicado a desarrollar reportes de inteligencia comercial. Aplicar esta metodología nos ayudará a analizar el entorno del mercado nacional e internacional.

Asimismo, las herramientas de inteligencia comercial integran fuentes de información relacionadas con el comercio internacional y sus movimientos de importación y exportación.

- ▶ Importación de concentradores de oxígeno
- ▶ La transformación digital en el sector agroalimentario
- ▶ Sector moda se recupera con la digitalización

Estos datos toman valor a la hora de hacer investigaciones de mercado, pues ofrecen gran número de facilidades para los empresarios que deseen obtener información valiosa a través de estudios de inteligencia comercial, flujos de exportaciones e importaciones, datos estadísticos y de logística.

Otra ventaja de aplicar inteligencia comercial es que permite agregar valor a las decisiones comerciales, identificar nichos de mercado, conocer la competencia, saber sobre quiénes compran o a quiénes venden, saber cuan saturado está el mercado, etc., a fin de adaptar el producto al mercado.

En ese sentido, el Centro de Comercio Exterior (CCEX) de la Cámara de Comercio de Lima brindará su próximo taller especializado de Inteligencia Comercial aplicado al Comercio Exterior, los días 12, 14 y 16 de abril del presente año, en el que aprenderá a realizar el seguimiento de la competencia y generar nuevas oportunidades de negocios.

Para mayor información escriba al correo cencalada@camaralima.org.pe o al WhatsApp 955405579.