

La estrategia de diversificar mercados

En los diferentes sectores productivos las oportunidades que se abren para las exportaciones peruanas van en aumento. Esto gracias al acercamiento de los empresarios a nuevos mercados y el apoyo de las organizaciones privadas y públicas encargadas de la promoción comercial de oferta de bienes y servicios.

Un aspecto clave al momento de ingresar a un nuevo mercado es el compromiso con el que el empresario asume este reto. Se han dado casos en los que el ímpetu por cerrar ventas genera promesas o acuerdos que no podrán ser cumplidos.

Esta situación, crea un precedente desfavorable para los futuros exportadores peruanos interesados en explorar nuevos destinos o consolidarse y expandirse en los mercados ya existentes.

►Fortalecer cadenas de valor para recuperar el comercio

►Beneficios de la certificación de origen digital

Para contrarrestar este problema es importante que la fuerza de venta –especialmente de las pequeñas y medianas empresas– cumpla ciertas condiciones como por ejemplo, estar debidamente preparados respecto al producto, los costos y precios, conocer sus estrategias de negociación y estar empoderados por los directores de la empresa, entre otros.

Mercados

La diversificación de mercados hace referencia a la estrategia que emprende la empresa para ingresar a nuevos mercados, generando propuestas diferentes que atraigan nuevos negocios a mediano y largo plazo. La estrategia de diversificación es una decisión importante para toda empresa y debe estar bien planificada, pues implica tomar decisiones y asumir riesgos.

En la actualidad, Norte América y Europa Occidental son mercados interesantes, con oportunidades, aunque ya saturados.

Por ello, es una excelente alternativa para nuestras empresas, apostar por crecer y diversificar sus oportunidades en nuevas regiones de Asia y Europa Oriental, desarrollando una buena imagen de nuestra oferta y forma de hacer negocios, para facilitar el camino de las empresas que decidan seguir sus pasos.