

Diversificar para ingresar a más mercados

La diversificación de mercados es la forma en que las empresas pueden generar nuevos lazos comerciales, ofertando sus productos o incluso generando otros nuevos en diferentes destinos geográficos. Este proceso se ha venido logrando con el apoyo de las organizaciones privadas y públicas encargadas de la promoción comercial de bienes y servicios a través de ruedas de negocio, ferias internacionales, misiones comerciales, entre otros.

Los beneficios de diversificar mercados son: ampliar las posibilidades de desarrollo, generar ganancias para la empresa, no caer en el mismo ciclo económico, fortalecer a los productores para resistir ante la competencia y reducir el riesgo de depender de un solo comprador.

Entre los aspectos claves al momento de ingresar a un nuevo mercado se tienen que tener en cuenta: Evaluar el potencial exportador de la empresa, identificar los requisitos de acceso del producto, revisar los requerimientos del mercado y del comprador, evaluar la logística y distribución física y establecer una buena gestión comercial.

En la actualidad, América del Sur, Norteamérica y Europa Occidental son mercados interesantes con oportunidades de negocio, pero ya consolidados para muchas empresas. **Sin embargo, otra alternativa para que las empresas puedan apostar por crecer y diversificar sus oportunidades, es buscar nuevos contactos comerciales en regiones de Asia y Europa Oriental,**

desarrollando una buena imagen de nuestra oferta de productos y formas de hacer negocio.

En esta línea, el Centro de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima, pone a disposición de los empresarios su nuevo servicio de agendamiento b2b, el cual está dirigido a empresas de sector alimentos y bebi-das que quieran diversificar mercados y buscar nuevos contactos comerciales.

Para mayor información escribir a: correo cencalada@camaralima.org.pe o comunicarse al teléfono 219-1566.