

Prospectiva de Nuevos Mercados Internacionales para el Sector Cerámico.

19 de Mayo de 2010



Presentación de R&MK

R&MK es una empresa de investigación de mercados con capacidad de operar a nivel internacional.

R&MK es una Spin-Off **promovida desde el grupo de investigación IMK Innovación en Marketing de la Red de Servicios Avanzados de la Universidad Jaume I de Castellón**, nace como respuesta a las políticas de la UE de poner en marcha nuevas fórmulas que permitan una mejor transferencia del conocimiento y de la tecnología entre la universidad y el entorno empresarial.

Con este fin todas la universidades públicas españolas han creado los Parques Científicos.

R&MK está ubicada en Espaitec, que es el Parque Científico de la Universidad Jaume I.



R&MK y alguno de sus trabajos en los medios:

Selección de noticias de Nov. 09 a Feb. 10

El Plan Estratégico prioriza Dársena Sur, diversificación y accesos para relanzar el puerto a nivel internacional

“...A continuación, el director de la Autoridad Portuaria ha explicado la metodología que se ha llevado a cabo para elaborar el Plan Estratégico, con la colaboración de expertos de la Universitat Jaume I y R&MK, firma consultora ubicada en el Espaitec. En primer lugar, se constituyeron tres grupos de trabajo...”

<http://www.elmundo.es/elmundo/2010/02/03/castellon/1265212846.html>

<http://www.abc.es/agencias/noticia.asp?noticia=260071#>

<http://www.elmundo.es/elmundo/2010/01/26/castellon/1264462466.html>

La UJI será pionera en la investigación de mercados

“R&MK, empresa start-up de Espaitec (Parque Científico, Tecnológico y Empresarial de la UJI), dedicada a la investigación de mercados y la planificación estratégica de márketing, comercializará en España una herramienta en línea pionera en la investigación de mercados.”

<http://www.elperiodicomediterraneo.com/noticias/noticia.asp?pkid=510779>

<http://www.levante-emv.com/castello/2009/11/27/empresa-espaitec--preve-comercializar-herramienta-online-pionera/655298.html>



R&
MK
Research & Marketing

Propuesta

R&
MK
Research & Marketing

www.rymk.es

Antecedentes

La **globalización** ha cambiado la forma de ver los negocios, mientras en el pasado existían una concentración de esfuerzos focalizados en complacer un mercado delimitado por un área geográfica, actualmente gran parte de las barreras comerciales se han eliminado, trayendo consigo la necesidad de ver el mundo como un solo mercado, en el que podemos encontrar toda gama de clientes, pero con características homogéneas entre ellos.

La clave del éxito es encontrar nichos del mercado que sean comunes en todos los países, para poder desarrollar productos que satisfagan su necesidad. De esta forma, si las condiciones de un país afectan el normal desempeño de su empresa, se podrá tener un colchón que amortigüe sus efectos, basado en la diversificación.

Antecedentes

La globalización trae consigo mayores **oportunidades de negocio**, pero también ha acrecentado el riesgo de que nuevos y desconocidos factores externos tengan efectos negativos sobre el desempeño de su empresa.

Un proceso adecuado y concienzudo de internacionalización se ve interrumpido por el desconocimiento de elementos particulares del entorno presente en cada uno de los mercados, ya sea para iniciar el proceso de comercialización en otros países o para movilizar la producción a los mismos.

Lo cierto es que con la globalización el mercado de los productos de su empresa ha dejado de ser España, la búsqueda permanente de oportunidades se convierte en un proceso complicado.

Antecedentes

La **investigación de mercados** se convierte en la mejor herramienta para disminuir el riesgo de que grandes esfuerzos financieros se conviertan en fracasos.

Para eso R&MK ha diseñado un producto que permite reconocer los mercados más atractivos para su industria, así como obtener la información más relevante a la hora de incursionar o no en un determinado país.

R&MK entiende que una investigación con estas características puede ser costosa, por lo que ha diseñado un producto sectorizado a un precio bastante accesible y al que tienen acceso cualquiera de las empresas interesada, sin exclusividad.

A continuación se describen las características principales del estudio:

_objetivos

Objetivo general de la investigación

Promover las mejores prácticas en la ejecución de estrategias de Internacionalización y de estrategias de Marketing en las empresas del Sector Cerámico.

Objetivos Específicos

- Identificar Mercados potencialmente atractivos para los productos del sector cerámico.
- Determinar cual es la mejor estrategia de internacionalización y estrategia de marketing en los mercados con mayor potencial.

Metodología

Metodología



Metodología



Para el desarrollo del estudio se consideró pertinente acudir a una metodología que mezcle las mejores prácticas en el análisis de información existentes actualmente.

En este orden de ideas, desde el punto de vista de la investigación, el proceso de busca de mercados considera como un aspecto de primordial relevancia, el entendimiento de la situación actual económica, tanto a nivel global, de la Unión Europea y de España, como del sector de la construcción y del sector cerámico Español.

Posteriormente, en esta misma fase, se realiza la selección de los países con mejor pronóstico para los próximos años, partiendo de la evolución del comercio Español de Cerámica.

Metodología



En esta fase se profundizará en la situación de cada uno de los mercados escogidos. Para esto se definirán aspectos generales de los países de orden político, sociocultural e infraestructura, para posteriormente profundizar en aspectos económicos relevantes para el estudio.

En este punto se consideró pertinente realizar un análisis para cada uno de los países en los siguientes aspectos:

- Situación General de cada país
- Situación económica
- Sector de la construcción y sector cerámico
- Factores claves de negociación

Cabe aclarar que de este análisis, se pueden llegar a descartar algunos de los países preseleccionados en la fase anterior, dado que la profundización permitirá entender la situación real de cada uno de los países.

Metodología



Del total de la lista de países prospectos, su empresa podrá escoger uno o más países en los que considere que se requiere mayor información para continuar con el proceso de ampliación y diversificación de Mercados.

Una vez seleccionado el país o países, se debe incursionar en características particulares del sector cerámico en cada país, para lo cual se escogió el análisis de las cinco fuerzas del mercado, metodología diseñada por Michael Porter y que permite entender claramente la estabilidad del sector a través del entendimiento de sus proveedores, compradores, la competencia, la posición del producto frente a productos sustitutos y las facilidades de ingreso de nuevos competidores al mercado.

Metodología



Con las tres fases anteriores su empresa ha recogido suficiente información externa que al ser comparada con factores de orden interno le permitirán estructurar un DAFO, como guía para la focalización de la estrategia de internacionalización y de marketing en el país seleccionado.

Los puntos de mayor relevancia a tener en cuenta en esta fase serán: factores financieros, tales como liquidez y capacidad de inversión; la experiencia Internacional, medida de acuerdo a los mercados en los que ya ha incursionado su empresa; y la Estructura Organizacional, medida de acuerdo a la capacidad de comercialización de productos.

Metodología



En esta fase se diseña la estrategia de internacionalización del mercado o mercados seleccionados.

Así mismo se diseña la estrategia de Marketing, partiendo de la definición de los segmentos objetivos.

Cabe resaltar que la metodología puede variar dependiendo de las características de los mercados y la información con la que se cuente, se podrán adicionar o descartar variables en la medida que se consideré pertinente por parte de R&MK.

Fuentes de Información

Fuentes de Información

Las fuentes de información dependen de la etapa en la que se encuentre el producto.

- **Identificación de Mercados Objetivos y Análisis previo individual:** Las principales fuentes de información que se utilizan durante el desarrollo de esta etapa son:
 - **SIM R&MK:** Software diseñado por R&MK que permite analizar la información de diferentes bases de datos como la de Aduanas, Datacomex, Puertos del estado etc. Permitted profundizar en la balanza de pagos de España, por provincia y producto.
 - **Base de Datos Instituto Nacional de Estadística de España**
 - **Base de Datos Fondo Monetario Internacional**
 - **Base de Datos Banco Mundial de Comercio**
 - **Observatorio de Noticias R&MK**
 - **Otros:** Páginas web especializadas y publicaciones.

Fuentes de Información

• **Análisis Sectorial por País**

Para el desarrollo de esta fase R&MK cuenta con la infraestructura y experiencia en el desarrollo de metodologías cualitativas, basadas en la observación y técnicas de profundización de información, así como metodologías cuantitativas dirigidas a la sustentación estadística de los hallazgos más relevantes en cada uno de los mercados objetivos.

Por medio de la investigación de mercados se podrá profundizar en las características de los compradores, competencia y estructura del sector cerámico para el o los mercados seleccionados.

• **Análisis de la empresa**

Esta información es suministrada por la empresa contratante, en el grado y cantidad con la que se cuenta.

• **Definición de Estrategias**

Esta información se origina del análisis resultante de las cuatro etapas anteriores, complementado con la experiencia de los expertos de R&MK.

Forma y medio de Adquisición

Forma de Adquisición

La adquisición del producto se puede hacer de dos formas, de acuerdo al número de fases que desarrolle R&MK.

Prospección de mercados (Adquisición Fase 1 y 2)

Se puede adquirir inicialmente la información correspondiente a la primera y segunda fase. A partir de esta información que le suministra R&MK, su empresa, partiendo de la experiencia propia, podrá profundizar en la características de los sectores foráneos, elaborar el DAFO y diseñar el plan de internacionalización.

Mediante esta forma de adquisición, su empresa podrá contar con la información comparativa de mercados, así como la profundización macro de los principales países, previamente seleccionados por R&MK.

Si bien esta parte del estudio se ofrece sin exclusividad a todos los clientes de R&MK, la clave está, en que por un precio bastante cómodo sus ejecutivos contarán con una visión global de las posibilidades en los mercados más atractivos antes de tomar las decisiones de Marketing.

Forma de Adquisición

R&MK PLAN (Adquisición total de la metodología)

La segunda alternativa de adquisición que ofrece R&MK, es la implementación completa de la metodología, partiendo de la información de mercados general (dos primeras fases) y continuando con la búsqueda de las características sectoriales y el diseño completo de la estrategia de internacionalización y estrategia de Marketing.

Medio de Adquisición

Prospección de mercados podrá ser adquirido por cualquier empresa interesada, a través del portal WEB de R&MK, a un precio cómodo, mediante el uso de tarjeta de crédito. Los pasos que debe seguir son sencillos y su entrega se realizará en tiempo real.

De igual forma, si usted lo prefiere así, lo podrá visitar uno de nuestros gerentes de cuenta, quien en los dos días siguiente se lo hará llegar impreso y en medio magnético a la dirección de correo que usted desee.

R&MK Plan deberá ser solicitado directamente por su empresa, momento en el que un ejecutivo de R&MK se reunirá con usted para homogenizar los criterios de la solicitud. En los dos días siguientes a la visita se le entregará una propuesta personalizada con el presupuesto y cronograma de trabajo.

Una vez sea aprobada la propuesta se dará marcha al desarrollo.

Presupuesto.



www.rymk.es

Alternativas de presupuesto

Opción A Adquisición Fase I y II, Prospección del mercado

La prospección de mercados sin carácter de exclusividad. Tendrá un Precio de: **900€ (+I.V.A.)**

OPCIÓN B Adquisición todas las Fases

- Por la adquisición de la fase I y II: **900€/ (+I.V.A.)**
- Por la contratación del total de fases, un agente de R&MK, deberá reunirse con su empresa en pro de diseñar una propuesta que se ajuste a sus necesidades y recursos.

Forma de pago:

En el momento de la aprobación y firma de contrato: 50% sobre el total del proyecto.

A la entrega del informe: 50% restante

El Presupuesto está sujeto a cambios en la medida que las condiciones planteadas en la presente propuesta sean modificadas.



+ Info Universitat Jaume I | Edificio Espaitec 1 | 12071 Castellón Spain Telf. 964 38 75 92 E-Mail:info@rymk.es

