
APEC: CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS INDÍGENAS A TRAVÉS DEL COMERCIO (FASE 3) 2024

**Importancia de realizar una
revisión del mercado interno**



LISTA DE VERIFICACIÓN

Importancia de realizar una revisión del mercado interno

Visión general

Antes de que las empresas se planteen exportar y desarrollar una estrategia global, es importante que primero reflexionen sobre su mercado interno. Una revisión exhaustiva del mercado interno es crucial, ya que permite a una empresa obtener una comprensión completa de su situación actual, desafíos y consideraciones. A continuación se destacan cinco áreas clave que deben abordarse antes de considerar la exportación.

Rendimiento doméstico.

Exportar es emocionante, pero si las empresas no tienen cuidado, pueden perder de vista su éxito original en el mercado nacional. Las empresas deben darse cuenta de que el negocio nacional es su éxito original y debe ser protegido. Por lo tanto, es importante que aliente a las empresas a preguntarse cómo se centrarán en la exportación, junto con sus actividades nacionales.

- ¿Han alcanzado su capacidad máxima de entrega en Australia?
- ¿Cómo se asegurarán de que su negocio doméstico no se vea afectado?
- ¿Cómo dividirán los recursos entre las operaciones comerciales nacionales e internacionales?
- ¿Quién se encargará de globalizar su negocio? ¿Quién es su campeón de las exportaciones?
- ¿Encaja la exportación dentro de su estrategia de crecimiento empresarial en este momento?

Fijación de precios y finanzas.

Antes de exportar, las empresas suelen incurrir en importantes costes iniciales, como modificaciones de productos, y gastos continuos, como visitas a mercados internacionales. Anime a las empresas a pensar en cómo pueden necesitar ofrecer diferentes estructuras de precios entre sus mercados. Sus clientes y clientes siempre se enterarán de una diferencia de precio, sobre todo si es más caro.

- ¿Cuál es el plan de la empresa para manejar la comunicación de precios tanto para el mercado exportador como para el mercado nacional?
- ¿Cómo ajustará la empresa los precios en el nuevo mercado?
- ¿La venta de sus ofertas a los mercados internacionales proporcionará a la empresa economías de escala en la producción?
- ¿Pueden permitirse pagar las modificaciones, los certificados y las aprobaciones necesarias para entrar en un nuevo mercado?

Comunicación.

Las empresas deben ser directas y honestas con su mercado interno australiano cuando comienzan a exportar. Las empresas necesitan una estrategia de comunicación para sus canales de suministro y sus clientes para crear aceptación para su empresa de exportación. Anime a las empresas a pensar en cómo pueden responder sus clientes actuales cuando se enteren de sus planes de exportación.

- ¿Cuál será su estrategia de comunicación con sus clientes domésticos? ¿Es mejor ser directo y honesto con su mercado nacional?
- ¿Cuál será su estrategia de comunicación con sus proveedores?
- ¿Cuál será su campaña de marketing en su nuevo mercado?

Inventario.

A menudo es un componente que se pasa por alto para una reflexión doméstica, pero la gestión del inventario es vital. La forma en que las empresas toman decisiones en torno a su capacidad y cómo manejan y administran el inventario tendrá un efecto enorme en el éxito de sus exportaciones.

- ¿La empresa tiene un plan claro sobre cómo manejará el inventario? ¿Cómo manejarán el inventario?
- ¿Cuál es la estrategia de la empresa cuando reciben un gran pedido de exportación fuera de su capacidad nacional e internacional?
- ¿A qué mercado darán prioridad sobre otro si se están quedando sin inventario?

Competidores.

Recuerde a las empresas que su mayor competidor nacional a menudo puede convertirse en su mayor competidor de exportación. Las empresas deben planificar cómo pueden reaccionar ante el aumento de la competencia.

- ¿Cómo pueden responder sus competidores a que exporten?
- ¿Perseguirán a los clientes domésticos de la empresa, alegando que han perdido el foco?
- ¿Esperarán a que el negocio exporte para luego tratar de copiar su plan de expansión y acercarse a sus clientes internacionales?

Las empresas deben darse cuenta de que su negocio cambiará a medida que persigan una nueva empresa. Recuérdeles que todavía tienen que centrarse también en su mercado nacional, para no perder de vista su éxito original.