



rci

Programa de Rastreo
de la Competencia
Internacional

EL CAMINO MAS CORTO PARA TRIUNFAR FUERA

El Programa de Rastreo de la Competencia Internacional busca, analiza y determina quiénes son los competidores más significativos para la empresa, en los mercados internacionales, tratando de elaborar una estrategia competitiva eficiente que sirva a la empresa para competir de la forma más eficaz posible en los mercados internacionales.

índice

- 3 Compete con ventaja
- 4 ¿Qué objetivos tiene el programa?
- 5 ¿A quién va dirigido?
- 6 ¿Contenido del programa?
- 7 ¿Cuánto me va a costar?



COMPITE CON VENTAJA

Competir en mercados exteriores es siempre una gran apuesta para cualquier empresa. El desconocimiento del funcionamiento del mercado, de la tipología de consumidor y especialmente de la competencia, hacen muy difícil traspasar las fronteras del mercado local.

Por eso el Rastreo de la Competencia Internacional es una excelente herramienta para acortar el camino hacia esos nuevos mercados internacionales. Una oportunidad para ser más competitivo y partir con ventaja con respecto a otros competidores nacionales e internacionales.



¿QUÉ OBJETIVOS TIENE EL PROGRAMA?

- El programa, mediante una serie de técnicas de investigación y seguimiento, se ocupa de analizar cualquiera de las áreas de la cadena de valor de las empresas: abastecimiento, logística, producción, ventas y servicios al cliente.
- Paralelamente la empresa facilitará información sobre sus políticas comerciales, comparando éstas con las de la competencia y rediseñando el acceso al mercado de la empresa, en función de las actividades desarrolladas por la competencia.



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

El programa de Rastreo de la Competencia Internacional va dirigido tanto a empresas que se estén iniciando en la exportación, como a aquellas empresas que ya disponen de una amplia experiencia en los mercados internacionales .

En definitiva, va dirigido a aquellas empresas que quieren saber qué están haciendo sus competidores.



¿CONTENIDO DEL PROGRAMA?

1.- Resumen Ejecutivo del Mercado Objetivo del sector de actividad de la empresa.

2.- Informe de Competidores.

- Identificación de potenciales competidores
- Selección de competidores directos

Investigación de la estrategia de 2 competidores en el que se analiza (para cada uno de ellos):

- Estrategia de producto
- Estrategia de precio
- Estrategia de expansión. Canales
- Clientes
- Estrategia de comunicación/ promoción
- Presencia en Internet
- Marcas y Patentes

Se analizarán las operaciones comerciales de estos dos competidores, de los que se extraerán:

- Listado de clientes
- Información comercial de los clientes
- Posicionamiento de los clientes
- Otra información relevante



¿CUÁNTO ME VA A COSTAR?

Gracias a las ayudas institucionales, se puede conseguir un proyecto profesional a un precio realmente asequible para el empresario. Una oportunidad única que merece la pena aprovechar.

COSTE DE RCI	APOYO INSTITUCIONAL	COSTE PARA LA EMPRESA
100%	80%	20%
1000€	800€	200€

Las ayudas de Acciones Complementarias de la Subvención Global FEDER - Cámaras se acogen a la modalidad de “mínimis” (Reglamento - (CE) nº 69/2001) que indica en su artículo 2.2.: “La ayuda total de “mínimis” concedida a cualquier empresa no deberá exceder de 200.000 euros en un periodo de 3 años”.

2^a
edición

rci

Programa de Rastreo
de la Competencia
Internacional