

Programa de Expansión de Mercados "PEM 2012"

¿Cómo puedo expandir mi negocio con éxito? ¿Dónde puedo encontrar nuevos clientes?

La actual crisis está obligando a las empresas canarias a buscar nuevos clientes en otros lugares lejos de su entorno habitual, debido las dificultades para vender en la isla.

Muchos empresarios se preguntan cómo poder expandir su negocio, a dónde y qué hacer para dar el salto otros lugares o que estrategia seguir para acceder a otros nichos o a otros clientes.

La Cámara ha diseñado un programa gratuito que ayude a las empresas a que esta labor se realice de forma correcta y con las mayores garantías de éxito.

El Plan de Expansión de Mercados, "P.E.M 2012", se presenta para cubrir dos necesidades básicas de la PYME grancanaria que bloquea su acceso a nuevos mercados:

- El establecimiento de una ventaja competitiva estratégica, mediante un análisis y diagnóstico inicial de potencial de expansión,
- El posterior diseño de un plan operativo de expansión de mercados adaptado a sus características.

Esta acción, que la Cámara de Gran Canaria pone en marcha, se realiza en el marco del Programa de Regionalización de Empresas con el apoyo de la Dirección General de Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias.

Para su ejecución, se contará con consultores especializados, que realizarán sesiones informativas/formativas grupales unidas a consultoría personalizada.

Objetivos del P.E.M.:

El objetivo estratégico general es facilitar el acceso a **nuevos mercados** de aquellas PYMES grancanarias que disponen de algún tipo de ventaja competitiva, tales como *know how*, experiencia, producto o precio, pero que sin embargo ven limitadas sus expectativas de expansión por diversos motivos, entre los cuales destaca, que no disponen del volumen de negocio suficiente como para acceder a los nuevos mercados por sí solas, ya que los costes de expansión están fuera de su alcance.



Como **objetivos operativos**:

- Orientar** a las PYMEs canarias hacia la expansión y el crecimiento mediante la identificación de oportunidades en nuevos mercados y el aprovechamiento de sus ventajas competitivas para operar en estos, promoviendo entre las empresas una actitud pro-activa respecto a estos mercados o nichos facilitando procesos y apoyos para expandir sus negocios.
- Ayudar** a las empresas a evaluar su potencial de expansión y darles a conocer las herramientas y los procesos necesarios para iniciar su actuación mediante planes de expansión coherentes.
- Encuadrar** a las empresas con mejor perfil de expansión en Agrupaciones Sectoriales (clusters/consorcios) dotándolas de un Documento Base que estructure la relación entre ellas y facilite el acceso agrupado a mercados alternativos.
- Facilitar** la creación de dos agrupaciones de pymes productoras/servicios grancanarias de diferentes sectores con un potencial de expansión de mercados bien diagnosticado, capaces de desarrollar posteriormente un plan operativo de expansión de mercados conjunto.



Programa de Expansión de Mercados

Título de Ponencia: Programa de Expansión de Mercados
Ponentes:

José Artilles, Director de Asexcan SL

Yeray Peñate, Director de Export Value SL

Perfil del alumnado: Empresas productoras y de servicios

Fecha: Martes, 29 de mayo de 2012.

Horario: 18.00 horas a 20.00 horas.

Lugar: Las Palmas de Gran Canaria C/ León y Castillo 24, 4 planta.

Precio: gratuito

Inscripción: comerciointerior@camaragc.es - 928390390

Metodología: El taller



La metodología a emplear es facilitar el acceso del empresario a los conocimientos mínimos sobre los requisitos de acceso a los mercados de expansión de forma que pueda colaborar activamente con el consultor en diagnosticar su capacidad competitiva en terceros mercados y, a la vista del diagnóstico positivo, se le motive hacia la expansión.

Para ello se combina en las jornadas de trabajo de taller una parte de motivación, con una sesión formativa a cargo de la consultora que culmina con una encuesta al empresario que se completa de manera guiada por el consultor para ayudar a definir su nivel de competencia en el proceso de expansión.

Al final de cada jornada se recogen las encuestas y se ofrece la posibilidad de realizar una sesión de consultoría personalizada.

Los contenidos formativos de dicha sesión, aún siendo el formato de taller abierto y en consecuencia, flexible, desarrollados en unidades didácticas, son:

Módulos	Unidades didácticas
Determinar mis ventajas competitivas	Producto Precio Comportamiento de los consumidores Análisis de la competencia sectorial
Formas de acceso a terceros mercados	
Análisis y selección mercados alternativos	Criterios para la selección de mercados alternativos Segmentación y posicionamiento por mercados El proceso de selección de mercados Estrategias de penetración de mercados
La acción agrupada, ventajas de la acción consorciada para la expansión de mercados	
Diagnóstico capacidad exterior empresa (test de autodiagnóstico)	