

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE CLIENTES INTERNACIONALES



PROGRAMA

El programa está estructurado alrededor de 1 taller y de tutorías individualizadas:

- Taller #1: **Búsqueda y selección de Clientes Internacionales**
12_FEBRERO_2020 | 9:15h

TUTORIAS

- **Semana del 17_Febrero_2020**
- **Semana del 24_Febrero_2020**

Objetivos:

- Analizar en detalle los aspectos fundamentales que condicionan la búsqueda y la selección de clientes en los mercados internacionales:
 - Identificar a nuestros clientes principales en los mercados internacionales seleccionados
 - Identificar aquellos que valoran más nuestros productos y servicios nuestros clientes primarios.
 - Determinar los recursos internos de la empresa que vamos a dedicar para conquistarlos
 - Poner en marcha un proceso iterativo
- Reforzar y personalizar los conocimientos adquiridos para la búsqueda y la selección de los clientes en los mercados internacionales seleccionados por las empresas

Estructura del Taller

9:15h Recepción de asistentes

9:30h Bienvenida a cargo del Consorcio de la Zona Franca de Vigo

9:35h Ponencia **¿CÓMO BUSCAR CLIENTES EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES ?**
• **Javier MORENO**

11h00 Experiencias de Internacionalización:
• **Sabela RUIZ - Fundadora y CEO de Galiwonders**

11:30h Café “networking”

12:00h Presentación de la metodología de selección de mercado para el ejercicio práctico

12h15 Desarrollo del ejercicio práctico de selección de los mercados objetivo:
Presentaciones, debates y preguntas

14h00 Finalización de la jornada

Contenido del Taller #1

- 1. PRESENTE DE LA INTERNACIONALIZACION**
- 2. VIAS DE ACCESO A LOS CLIENTES**
- 3. PLAN DE BUSQUEDA DE INFORMACION**
- 4. FUENTES DE INFORMACION**
- 5. REDES SOCIALES**
- 6. CONCLUSION**

BUSQUEDA DE CLIENTES INTERNACIONALES

1. PRESENTE DE LA INTERNACIONALIZACION

Presente de la Globalización (1/6)

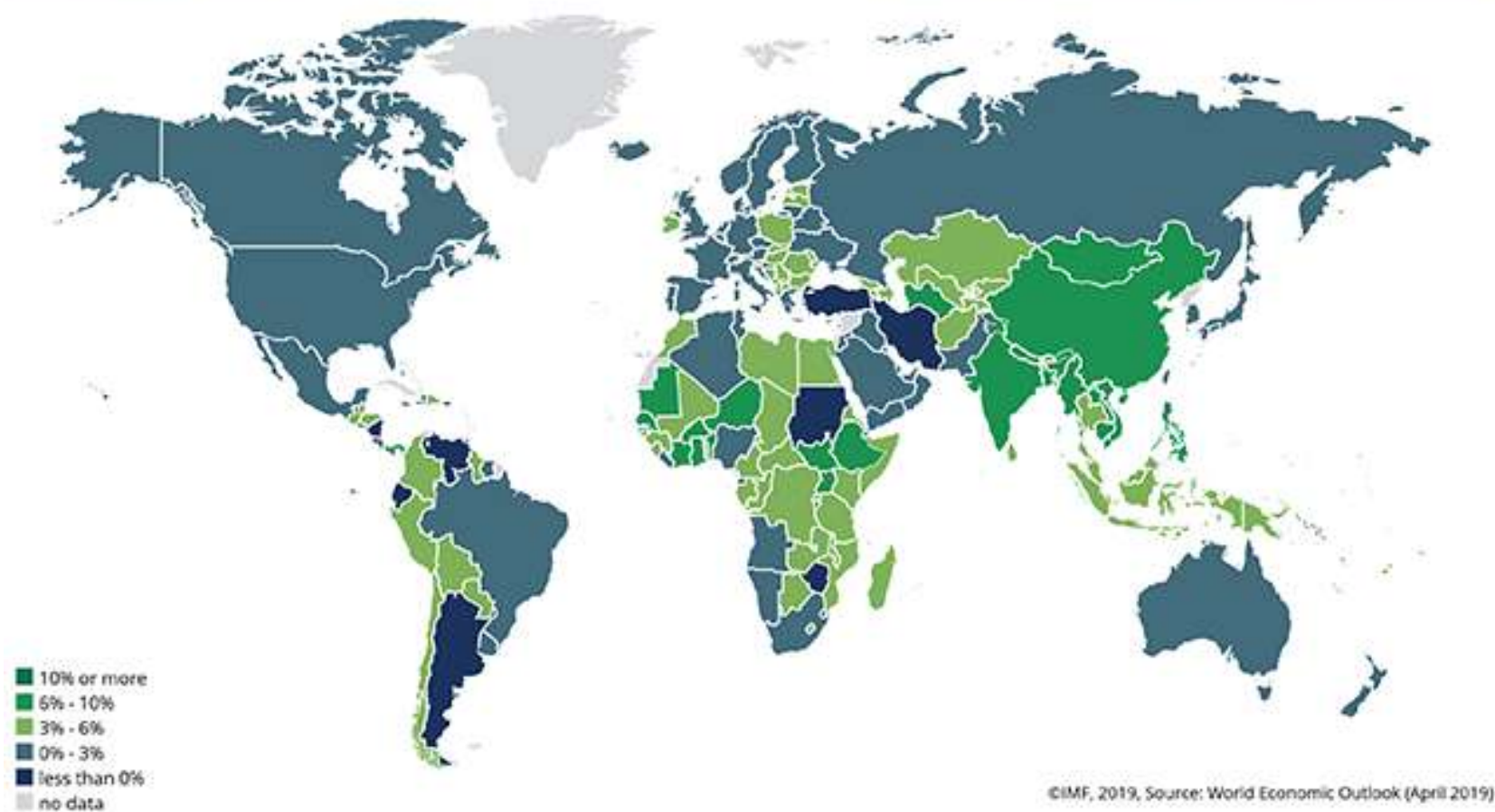
Desaceleración del comercio internacional

- El Banco Mundial prevé por para los países en desarrollo se una aceleración del crecimiento, hasta el 4,0%, Mientras que para los países desarrollados se estima un ligero descenso hasta el 1,4%.
- La **globalización ha perdido fuerza**, de ahí la popularidad que está alcanzando el término de "**slowbalization**" para referirse a esta nueva etapa, que puede ser muy duradera

CRECIMIENTO DEL PIB 2019 (FMI)

IMF DataMapper

Real GDP growth (Annual percent change, 2019)



Presente de la Globalización (2/6)

Proteccionismo frente a multilateralismo:

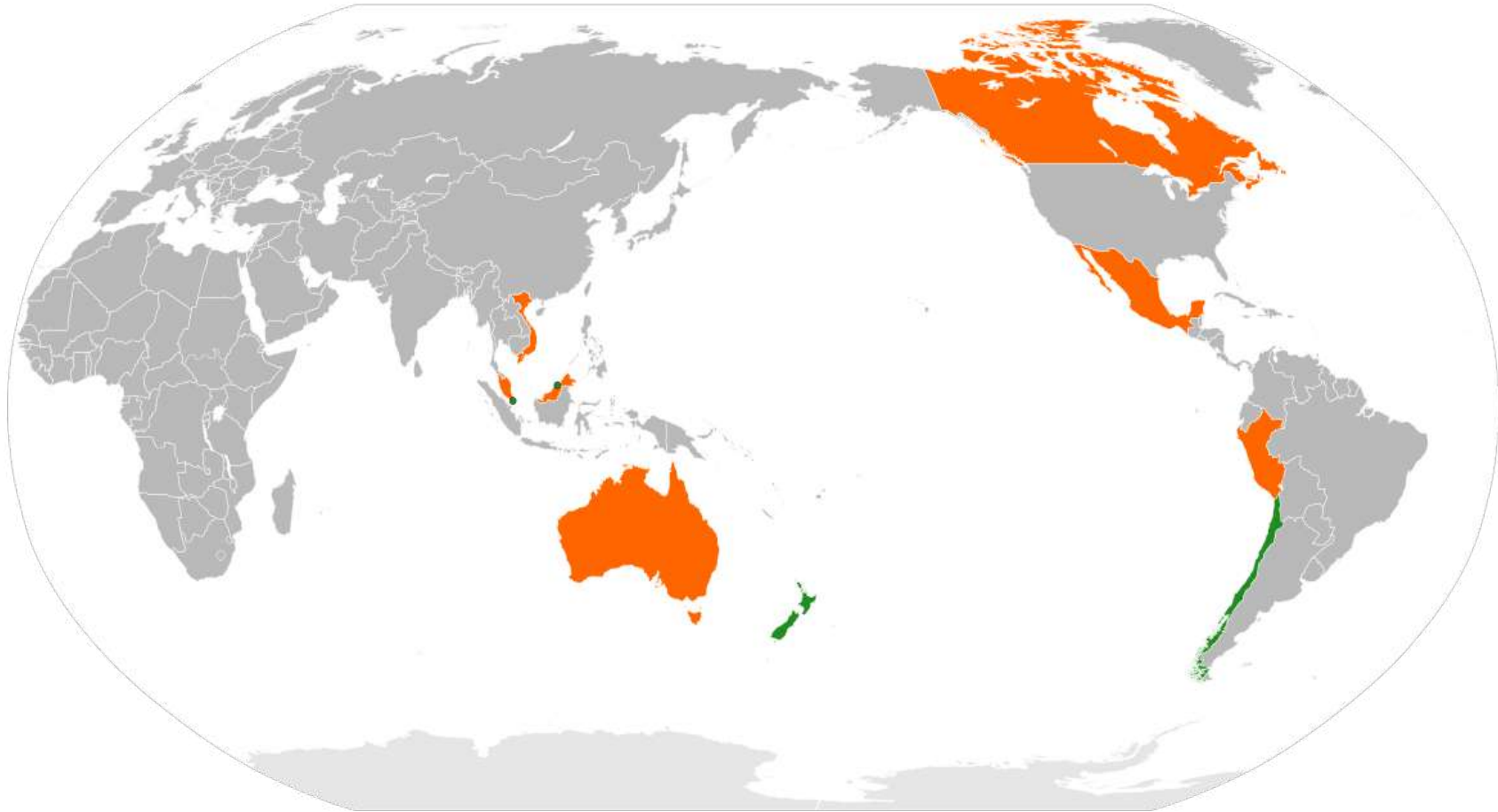
- 2019 ha sido un año marcado por la guerra comercial desencadenada por Trump contra China. El comercio afectado por medidas restrictivas sobre las importaciones (miembros OMC) aumentó un 27% en relación con el anterior periodo.
- Por otro lado **se han firmado tratados comerciales** que promueven la liberalización del comercio.
 - Acuerdo entre la Unión Europea y Japón,
 - CTPP: grupa a una serie de países de Asia-Pacífico reemplaza al antiguo TPP, que Estados Unidos abandonó tras la llegada de Trump a la presidencia.
 - RCEP, que agrupa los países de la ASEAN junto con Japón, Corea del Sur, Australia, Nueva Zelanda y China.

Presente de la Globalización (2/6)

Proteccionismo frente a multilateralismo:

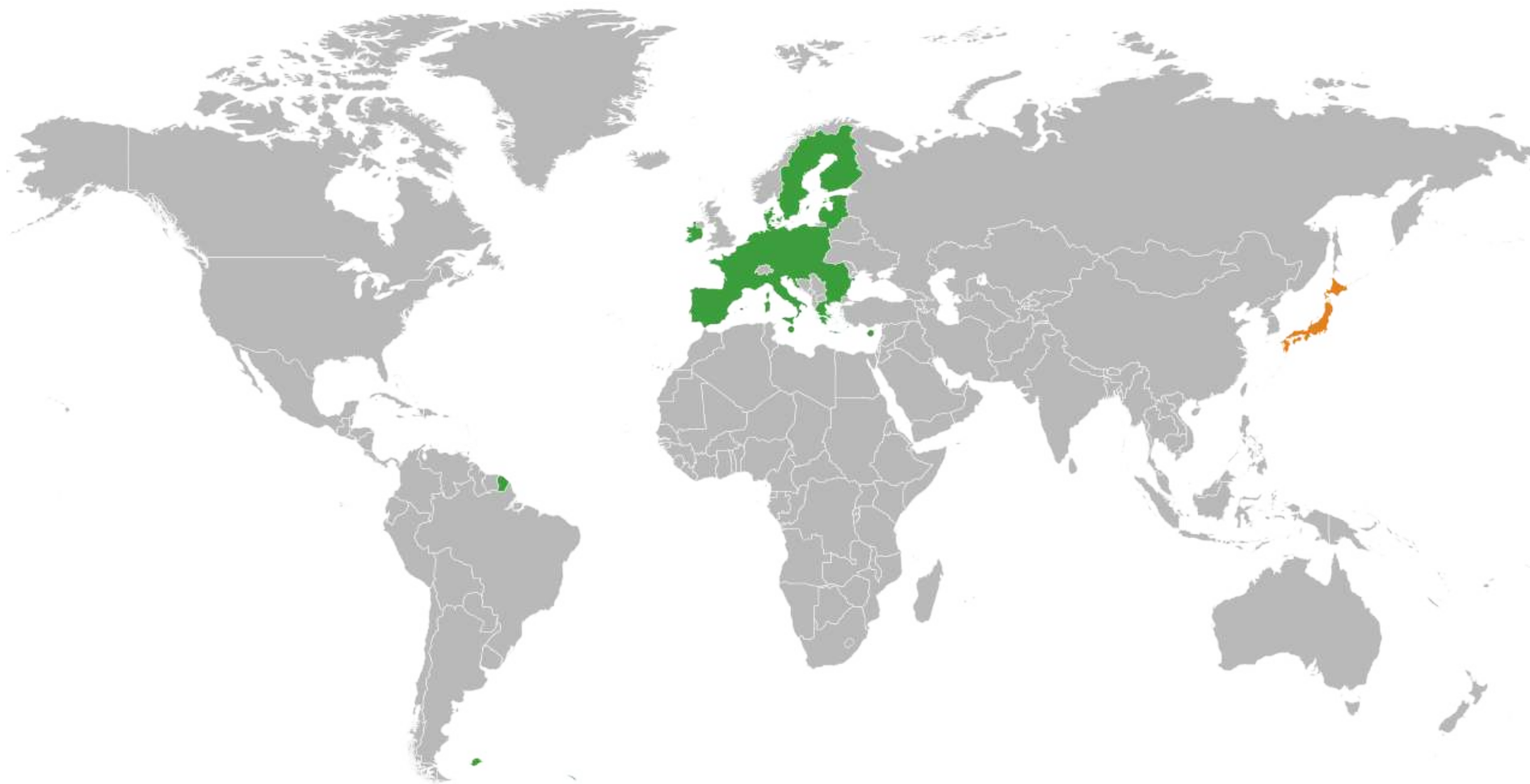
- 2019 ha sido un año marcado por la guerra comercial desencadenada por Trump contra China. El comercio afectado por medidas restrictivas sobre las importaciones (miembros OMC) aumentó un 27% en relación con el anterior periodo.
- Por otro lado **se han firmado tratados comerciales** que promueven la liberalización del comercio.
 - Acuerdo entre la Unión Europea y Japón,
 - CTPP: grupa a una serie de países de Asia-Pacífico reemplaza al antiguo TPP, que Estados Unidos abandonó tras la llegada de Trump a la presidencia.
 - RCEP, que agrupa los países de la ASEAN junto con Japón, Corea del Sur, Australia, Nueva Zelanda y China.

CTPP



Brunéi, Chile, Nueva Zelanda y Singapur, Australia, Canadá, Japón, Malasia, México, Perú, y Vietnam

Tratado Libre Comercio UE - Japón



UE-Japon

Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)



Brunei, Camboya,
Indonesia, Laos, Malaysia,
Myanmar, Filipinas,
Singapur, Tailandia,
Vietnam, Australia, China,
Japón, Nueva Zelanda y
Corea del Sur

Presente de la Globalización (4/6)

Fuerte aumento del comercio de servicios

- Las transacciones servicios crecen con **un ritmo superior al comercio de bienes**. Además, de acuerdo con las estadísticas clásicas, los servicios representan un 23% del comercio.
- Sin embargo hay una serie de tipologías que no se incluyen en esta estadísticas:
 - intangibles enviados por empresas a sus filiales: diseño, marca, *software*;
 - servicios digitales gratuitos: email, redes sociales, Youtube, etc.
- **Si en el cómputo se incluyeran estos últimos, los servicios representarían más del 50% del comercio mundial**, como ha señalado el McKinsey Global Institute.

Presente de la Globalización (5/6)

Las cadenas globales de valor pierden fuerza.

Diversos factores (ascenso de salarios en países en desarrollo, robotización, proteccionismo) están provocando este fenómeno

Aumento de la concentración regional

Se aprecia en los **flujos comerciales** y de **las cadenas globales de valor**. Según McKinsey, “**el comercio de bienes entre países dentro de la misma región disminuyó del 51% en 2000 al 45% en 2012**, pero esa **tendencia ha comenzado a revertirse** en los últimos años”.

Presente de la Globalización (6/6)

La cuestión de China

- China ha emergido de forma definitiva como **una gran potencia, económica y con ambiciones geopolíticas**.
- Sus métodos de actuación generan **críticas y desconfianza** en numerosos países.
- ¿Qué hacer? ¿Qué política seguir frente a China?
- Puede producirse una **división del mundo en dos grandes sistemas económicos y tecnológicos** aislados entre sí, uno liderado por Estados Unidos y el otro por China, las dos grandes potencias que han entrado en un proceso de fuerte rivalidad económica y tecnológica.

Presente de la Globalización (6/6)

BREXIT

- **Reino Unido ha salido de la UE el 31 de enero de 2020 y ahora comienza un periodo de transición** que durará hasta el 31 de diciembre, para dar forma a la futura relación entre ambas entidades.
- En la parte puramente económica y comercial seguramente se sustanciará en un acuerdo de libre comercio para los productos industriales y pero con **muchas restricciones a los servicios, los capitales y las personas**, parecida a la relación que tiene Canadá.

BUSQUEDA DE CLIENTES INTERNACIONALES

2. VIAS DE ACCESO A LOS CLIENTES

Consideraciones previas

- Cuando una empresa está ya afianzada en su mercado nacional, un ***paso decisivo*** dentro de su ***ESTRATEGIA*** consiste en tomar la decisión de ***INTERNACIONALIZARSE***.
- Antes de realizar este paso la empresa debe tener:
 - **Un modelo de negocio bien definido,**
 - **Un diagnostico de internacionalización positivo**
 - **Un mercado seleccionado**
- ***Si la empresa ya está internacionalizada, lo natural es que amplíe progresivamente su presencia en el exterior.***

¿Quien es mi cliente?

DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA

cliente, ta

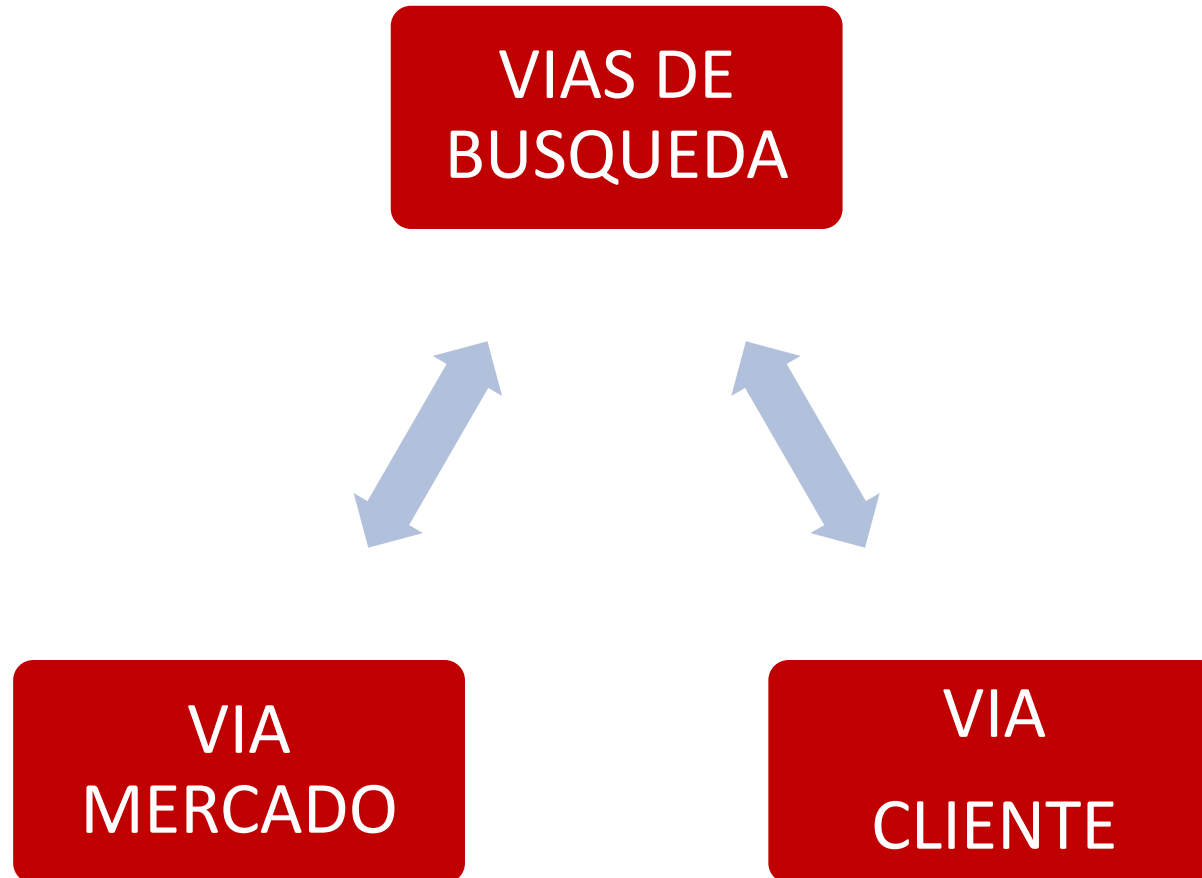
Del lat. cliens, -entis.

1. m. y f. Persona que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.

¿Cómo definiría a mi cliente ideal?

Vía mercado- país / Via cliente

Las dos estrategias básicas de búsqueda



Via mercado- país /via cliente

Factores de decisión

Vía Mercado	Factores a tener en cuenta	Vía Cliente Directo
-	1. Grado Contacto con cliente final	+
-	2. Grado Interacción con cliente final	+
-	3. Grado incorporación know how (poco defendible)	+
-	4. Complejidad técnica producto (o servicio)	+
+	5. Grado fidealización posible cliente	-
+	6. Nº total clientes potenciales	-
+	7. Grado concentración geográfica clientes	-
+	8. Repetición Operaciones	-
-	9. Internacionalización inversa	+
-	10. Necesidad Dominio de todo el ciclo comercial	+
-	11. Poder compra clientes	+
-	12. Posibilidad entrega digital	+

1. Comprender el mercado



Qué debemos hacer?

- Estudio de Mercado
- Análisis Información Comprensiva
- Tendencias
- Marco Entorno (Análisis PESTEL)

2. Segmentar el mercado

- Buscar grupos más homogéneos de clientes
- Criterios y Niveles
- Matriz de Segmentación
- Elección Segmentos ¿Cuántos?

2. Segmentar el mercado

Variables de la segmentación de mercados			
Segmentación geográfica	Regiones del mundo o por países. Comunidades Autónomas. Tamaño de la ciudad. Densidad. Clima.	Segmentación psicográfica	Clase social. Estilo de vida. Personalidad.
Segmentación demográfica	Edad y etapa del ciclo de vida. Nivel de ingresos. Género Tamaño familiar. Profesión. Educación. Religión. Generación. Nacionalidad.	Segmentación en función del comportamiento	Según el momento de uso. Según los beneficios buscados. Nivel de uso. Según la frecuencia de uso. Según el nivel de lealtad. Según su disposición. Según la actitud hacia el producto o la marca.

2. Segmentar el mercado

AMAZON CONSUMER SEGMENTATION

DEMOGRAPHIC SEGMENTATION



- People with Internet access
- Age group of 25 to 50 years, as 45% of online buyers belong to the 35-49 age group
- Focusing on a younger audience

SITUATIONAL SEGMENTATION



- Convenience as a major reason for online purchases
- Interest in new categories
- New lucrative deals every day, every hour
- Low pricing as a major factor for purchasing online

PSYCHOGRAPHIC SEGMENTATION



- Customers segmented by loyalty
- Customers who like innovations and changes to the website
- Those who value customer care first
- People who click on recommended and suggested products the most

GEOGRAPHIC SEGMENTATION



- International appeal
- Digital sales over 'real-world' sales
- Focuses on developed areas
- For rural areas - smartphone use crucial

3. Conocer el cliente objetivo

- ¿Quiénes son?
- ¿Dónde están?
- ¿Porqué compran?
- ¿Qué valoran?
- ¿Qué alternativas tienen?
- ¿Cuáles son los factores de compra?

La Vía MERCADO-PAÍS



Alternativas

Segmentación global

Trading virtual

Proyectos licitaciones y concursos

Seguimiento de Clientes

Negocio virtual

Segmentación Global

Conjunto homogéneo de clientes diseminados por el mundo pero consistentes en su comportamiento de expectativas y forma de compra.



Segmentación Global: Ejemplo

Fabricante Europeo de **maquinaria para procesamiento de suero lácteo** que desea implantarse en EE.UU. Estudia el mercado potencial mediante una técnica de segmentación

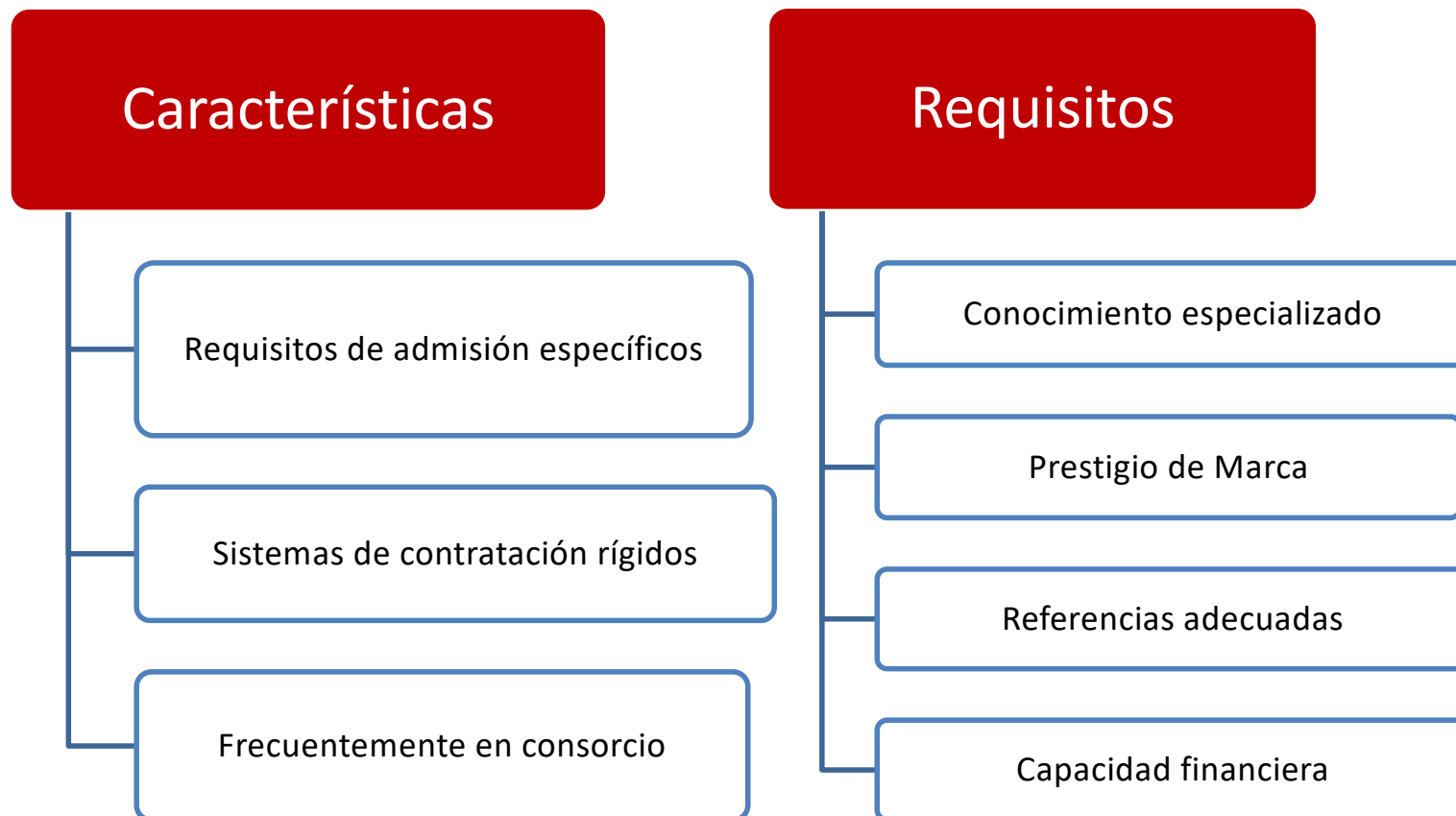
• Nº FABRICANTES POTENCIALES		
• Queso:	712 plantas	(100%)
• Queso procesado:	332 plantas	(46%)
• Queso deshidratado:	191 plantas	(27%)
• Queso deshidratado y suero:	85 plantas	(12%)



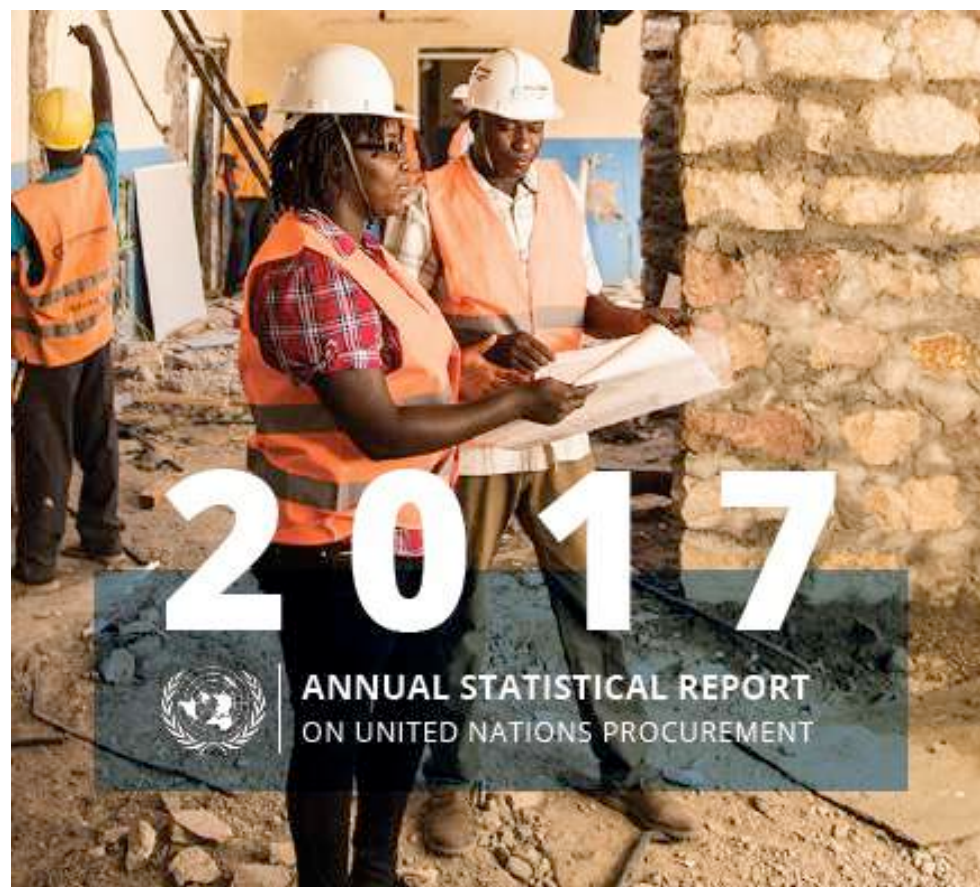
Una vez determinado con precisión el cliente objetivo, es posible analizar el tamaño de la planta, tipología de producto, tecnología, ubicación, etc.

Proyectos, Licitaciones y Concursos

Licitaciones internacionales de financiación multilateral con requisitos específicos y dirigido a oferta internacional cualificada

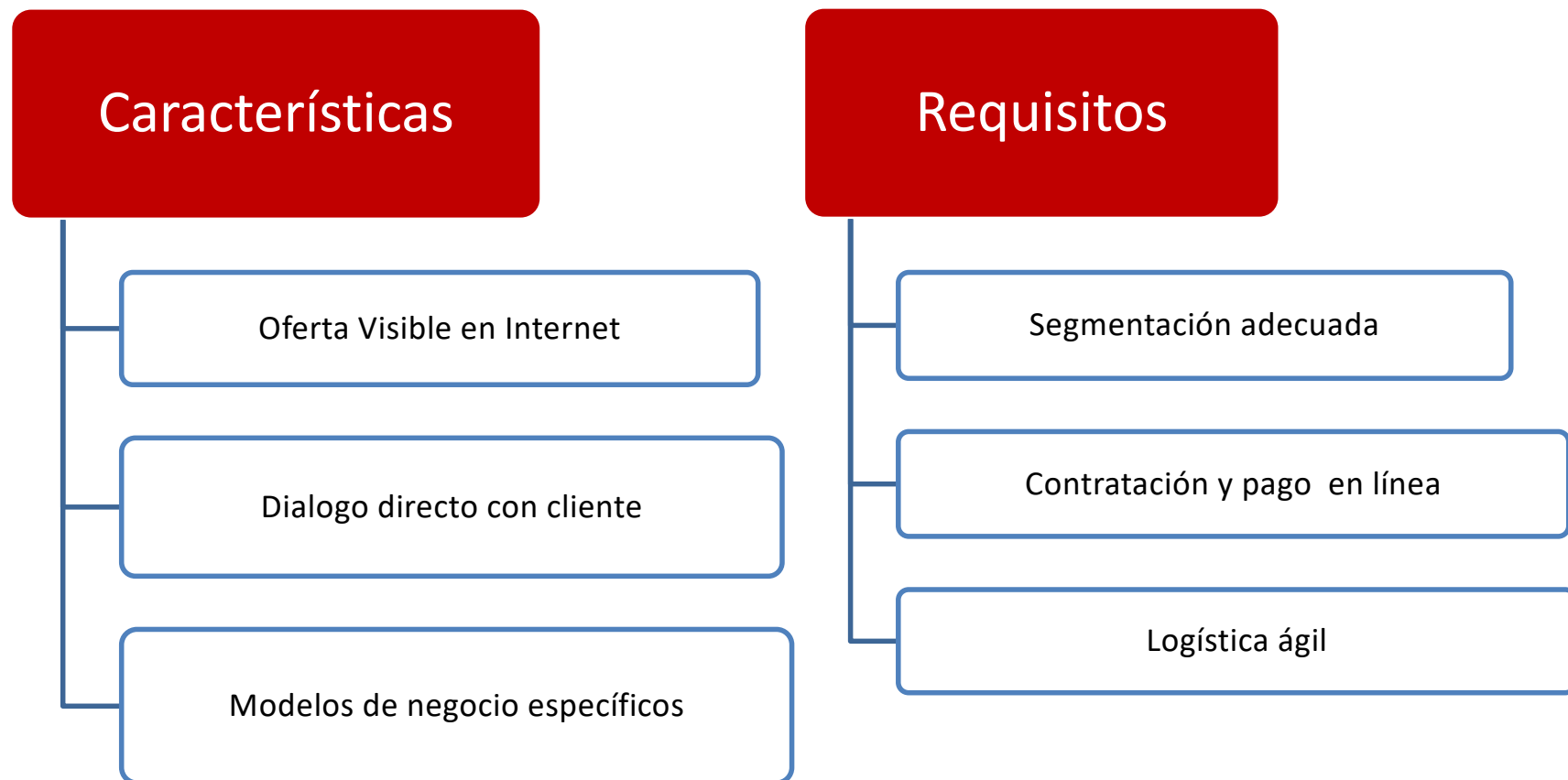


Proyectos, Licitaciones y Concursos



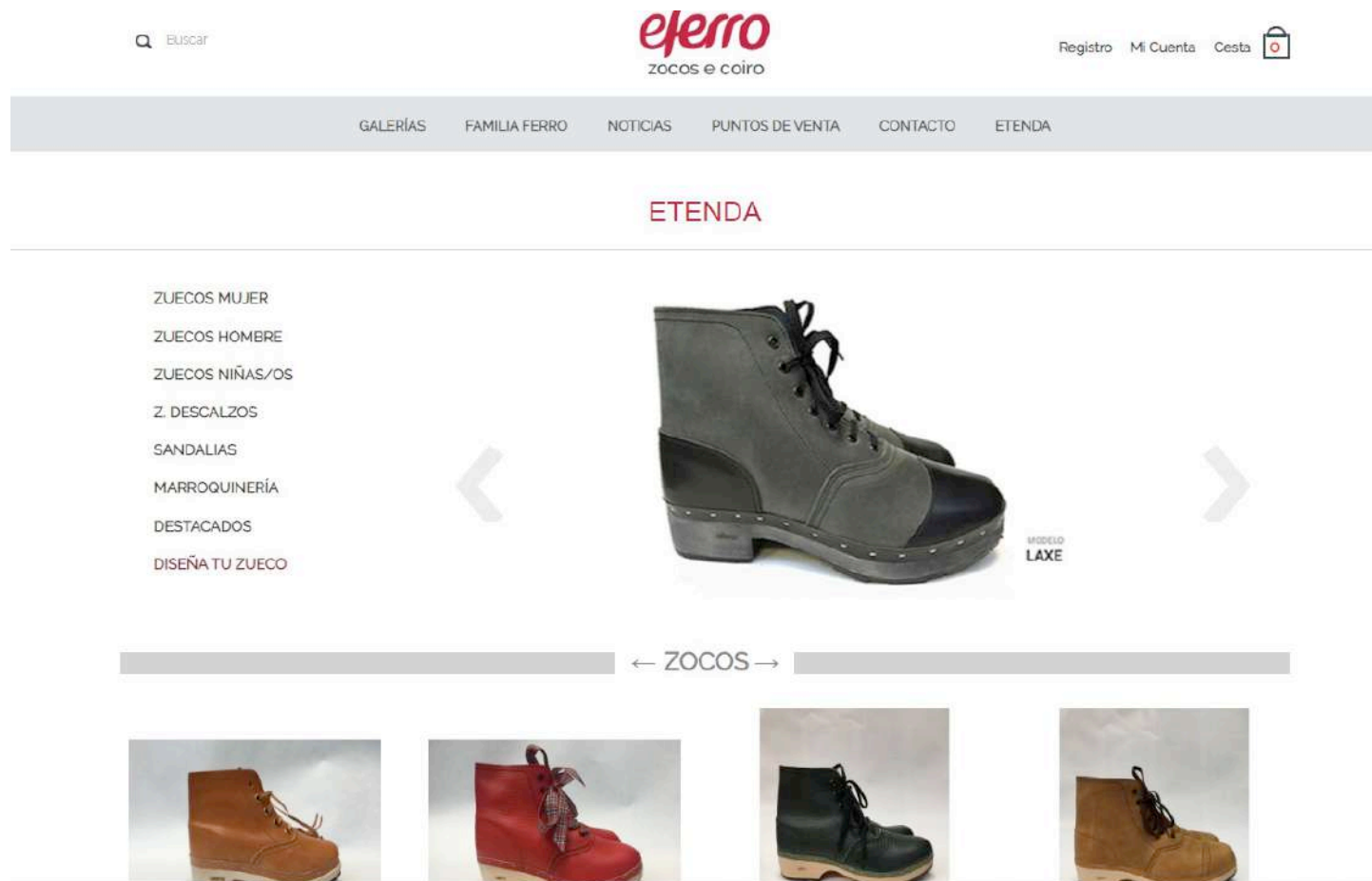
Negocio Virtual

Compra venta inmediata vía internet



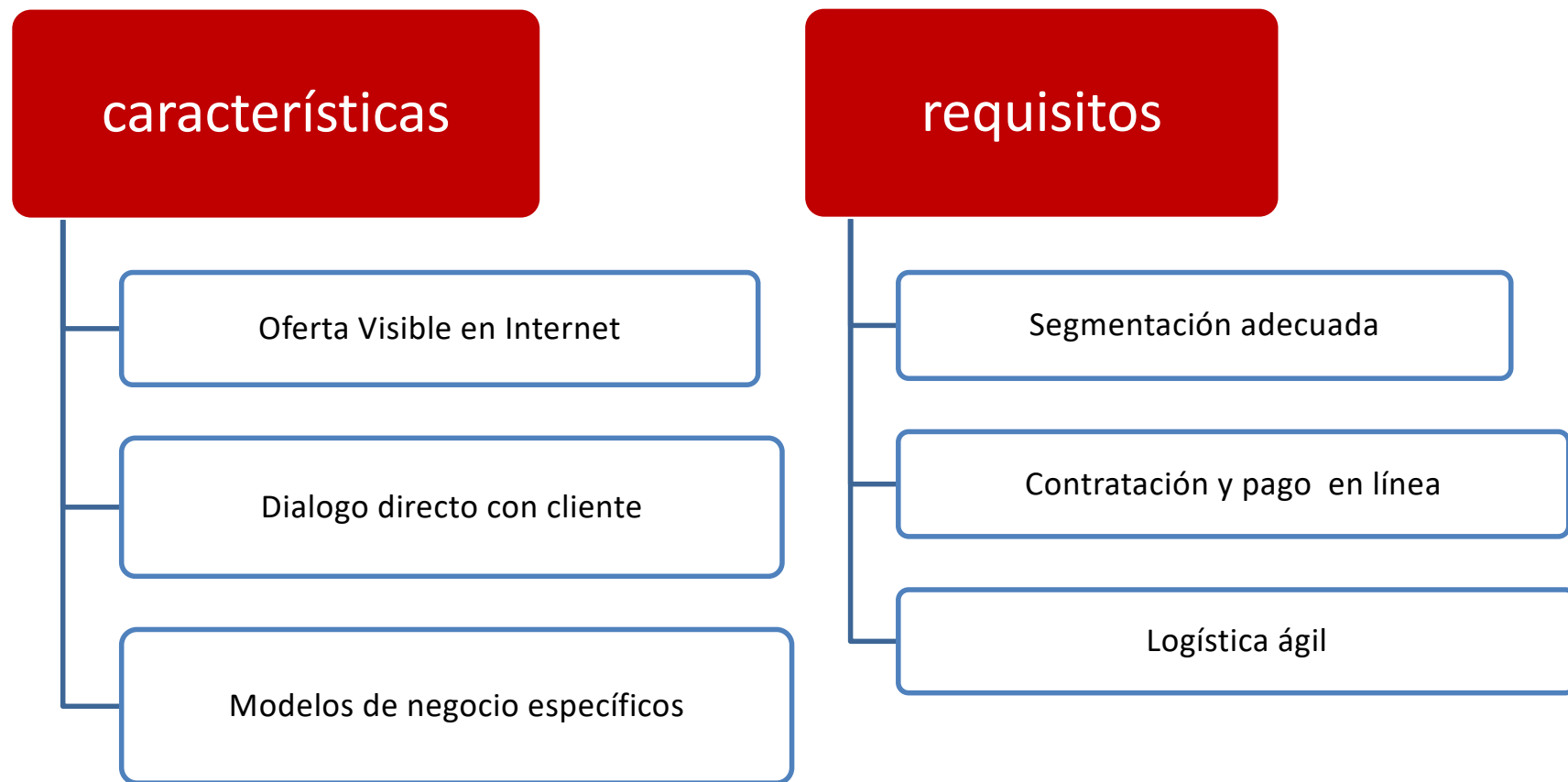
La Vía CLIENTE

Negocio Virtual



Negocio Virtual

Compra venta inmediata vía internet



BUSQUEDA DE CLIENTES INTERNACIONALES

3. PLAN DE BUSQUEDA DE INFORMACION

La necesidad de información

- Para el plan de internacionalización de la empresa debemos tener en cuenta **mucha información externa**, sobre todo referente a mercados exteriores, que nos permita tomar las mejores decisiones.
- La mayor parte de los datos que necesitamos estarán en **estudios de mercado, publicaciones, estadísticas o información secundaria** recogida de diversas fuentes.

Áreas temáticas de información

PAIS - MERCADO

- Tratados comerciales
- Información Global Pais
- Guías de Negocio
- Guías Pais
- Información sobre implantación comercial

SECTOR-ACTIVIDAD

- Estadísticas Sectoriales
- Estudios de Mercado
- Clientes, Agentes, Distribuidores
- Actividades Promocionales
- Noticias del Sector

AREAS TEMATICAS

- Organismos y Asociaciones
- Legislación y Fiscalidad
- Estadística
- Laboral
- Negociación Intercultural
- Logística y Transporte
- Marketing

Fuentes de información

Las tres principales grupos son:

- **Internet** es la herramienta más potente con la que cuenta el profesional para la búsqueda de información de manera rápida, actualizada y a un bajo coste.
- **Las instituciones públicas** deben ser consideradas desde una perspectiva global (homólogos internacionales del ICEX, IGAPE...).
- **Las Bases de Datos** especializadas ofrecen datos, actualizados, organizados y contrastados.

Plan de Búsqueda

El primer paso consiste en determinar qué información estamos buscando.

- Cualquiera que sea el tema, en Internet hay mucha información y no podemos procesar toda la que nos llegue.
- Es necesario precisar al máximo posible qué necesitamos saber y **buscar sólo lo imprescindible**.

Es importante definir alcance de la información necesaria,

- es decir, tiempo y dinero que se puede invertir para encontrar lo que precisamos. Una información exhaustiva pero genérica no es necesariamente mejor que una concreta, pero exacta.
- Es esencial también **saber preguntar** para poder conseguir buenas respuestas.

Plan de Búsqueda

La cuestión siguiente es quién va a buscar la información. La búsqueda debe ser responsabilidad de la empresa pero no necesariamente ejecutada internamente.

- La **primera opción**: es hacerlo directamente, con los medios de la empresa.
- La **segunda opción** consiste en apoyarse en las instituciones con servicios para la empresa exportadora.
 - Cámaras de Comercio
 - ICEX a través del Centro de Asesoramiento Unificado en Comercio Exterior (CAUCE) y su portal de información (www.icex.es).
- La **tercera opción** es recurrir a los servicios de expertos, profesionales independientes o empresas especializadas en la localización de la información que las empresas necesitan.

BUSQUEDA DE CLIENTES INTERNACIONALES

4. FUENTES DE INFORMACION

Cámaras de Comercio

- <https://www.camerdata.es/>: Base de datos empresas- PAGO
- <http://www.camarapvv.com/> Misiones comerciales subvencionadas- PAGO



Inicio / Servicios / Comercio exterior

Listado de convocatorias abiertas

Visitas a ferias

Cámara organizadora	Título	Sector	Fechas
CÁMARADE COMERCIO DE PONTEVEDRA, VIGO Y VILAGARCÍA DE AROUSA	VISITA A LA FERIA CIBUS (PARMA) 2020	Alimentación y Bebidas y relacionados	9 – 15 mayo 2020
Cámara de Comercio de Pontevedra, Vigo e Vilagarcía de Arousa	VISITA FERIA INDUSTRIAL DE HANNOVER 2020	INDUSTRIAL Y SERVICIOS RELACIONADOS	20 – 24 abril 2020
Cámara de Comercio de Pontevedra, Vigo e Vilagarcía de Arousa	VISITA A LA FERIA SEAFOOD EXPO GLOBAL (BRUSELAS) 2020	Productos del mar y maquinaria, equipamientos y servicios relacionados con la industria de los productos del mar	19-25 ABRIL 2020
Cámara de Comercio de Pontevedra, Vigo e Vilagarcía de Arousa	VISITA FERIA GLOBAL INDUSTRIE (MIDEST) 2020 en PARIS	INDUSTRIAL Y SERVICIOS RELACIONADOS	30 de marzo a 4 de abril de 2020
CÁMARADE	VISITA A LA FERIA		13 - 16 mayo 2020

Fuentes de informacion

ICEX : www.icex.es MIXTO

- Información de mercados.
- Ayudas a la Internacionalización
- Programas de apoyo en el proceso
- Visitar mercados
- Apoyo en destino
- Financiación
- Organismos multilaterales

Fuentes de información

ICEX : www.icex.es MIXTO

The screenshot shows the ICEX website homepage. At the top, there is a dark grey header with the text "ÚLTIMA HORA" and "LIGHT & BUILDING 2020, Frankfurt, Alemania, 8 a 13 de marzo." on the left, and "Bienvenido, Javier" with a shopping cart icon (0) and a power icon on the right. Below this is a navigation bar with links: "Revista El Exportador", "Vídeos", "Librería ICEX", "Sala de prensa", "Contacto", and "Agenda".

Below the navigation bar, there is a yellow section with the ICEX logo and the text "España Exportación e Inversiones". To the right of the logo is the phone number "900 349 000" and a search bar with the text "RED EXTERIOR RED TERRITORIAL".

Below this is a red navigation bar with the following links: "QUIÉNES SOMOS", "TODOS NUESTROS SERVICIOS", "NUEVOS EXPORTADORES", "EXPORTADORES HABITUALES", "IMPLANTACIÓN E INVERSIÓN EXTERIOR", and "INVEST IN SPAIN".

Below the red navigation bar is a grey section with the following links: "Programas y Servicios de Apoyo", "Financiación para la internacionalización", "Organismos Internacionales y de Desarrollo", "Servicios a Medida", "Información de Mercados", "Ayudas y Convenios", "Visitar Mercados", "Formación y capacitación empresarial", and "Oportunidades de Negocio".

Below the grey section is a white section with the text "INICIO > TODOS NUESTROS SERVICIOS".

Below the white section is a large banner with the text "Servicios Personalizados" and "Soluciones para la internacionalización de tu empresa". To the right of the text is a button that says "Conócelos".

To the right of the banner is a sidebar with the text "Simulador de Costes de Establecimiento" and "Calcule en segundos el coste de implantación de su empresa en más de 100 mercados". Below this text is a button that says "Ahora servicio gratuito".

Fuentes de información

ICEX : www.icex.es MIXTO



ICEX España
Exportación
e Inversiones

El mercado
del vino
en Francia

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en París

Fuentes de información

BUSINESS FRANCE <https://export.businessfrance.fr/> MIXTO

The screenshot shows the Business France website interface. At the top, there is a navigation bar with links: 'Découvrir la France', 'Investir en France', 'Export', 'V.I.E', and 'Qui sommes-nous?'. Below this is a dark blue header with 'Accueil', 'S'informer', and 'Être accompagné'. A tooltip for 'F11' indicates how to exit full-screen mode. The main content area has a breadcrumb trail: 'Export / S'informer / Le marché mondial du vin'. The title 'Le marché mondial du vin' is prominently displayed. Below the title, metadata is provided: 'Auteur : DE-Agro-VSB-Pôle Conseil', '2019 - 7 pages', 'Editeur : Business France', 'Référence : B1904425A', and 'Prix : Gratuit'. Social media icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn are shown, followed by a blue 'Télécharger' button.

Export / S'informer / Le marché mondial du vin

Le marché mondial du vin

Auteur : DE-Agro-VSB-Pôle Conseil
2019 - 7 pages
Editeur : Business France
Référence : B1904425A
Prix : Gratuit

f t in

Télécharger

Búsqueda de información

TRADECOMMISSIONER Canadá <https://www.tradecommissioner.gc.ca/>

**Government of Canada**
Gouvernement du Canada

Search Canada.ca

MENU

[in](#) [yt](#) [tw](#) [fb](#) [MyTCS](#)

[Trade Commissioner Service](#) > [Country and sector information](#) > Aerospace

Aerospace

The aerospace sector consists of companies and organizations who manufacture aircraft, aircraft parts, engines, landing gear, systems and integrated subassemblies; and parts and services related to the maintenance, repair, overhaul, inspection, testing thereof; and, components, systems and parts for spacecraft and space-based services.



Sector reports

Title	Country	Updated
Aerospace Sector Profile - Canberra, Australia	Australia	2019
Defence & Security Profile - Guatemala	Guatemala	2016

Events

Title	Dates	City	Country
Incoterms® 2020 Training	February 7 -	Winnipeg Manitoba, Fredericton	Canada

Búsqueda de información

IMPORTING TO Canadá

<https://www.canada.ca/en/services/business/trade/import.html>

**Government of Canada**
Gouvernement du Canada

Search Canada.ca 

[Jobs](#) [Immigration](#) [Travel](#) [Business](#) [Benefits](#) [Health](#) [Taxes](#) [More services](#)

[Home](#) → [Business and industry](#) → [Research and business intelligence](#) → [International trade data and market intelligence](#) → [Canadian Importers Database](#)

640110 - Waterproof Footwear - Rubber/Plastic - Metal Toe Cap - Canadian Importers Database (CID)

[List by city](#) | [List by country](#) | [Help](#)

[Search for a product](#)

[Return to search results](#)

[By countries](#)

[All countries](#)

[All countries \(product details\)](#)

Market concentration & Major Canadian importers

Market concentration		
Number of importers	Value of imports (\$CDN)	Cumulative % of imports
3	5,978,737	41.97%
6	6,957,282	48.84%
10	7,339,509	51.52%
15	7,622,463	53.51%

Búsqueda de información

KOMPASS <https://es.solutions.kompass.com> - PAGO

un directorio internacional que permite localizar a los agentes implicados en el comercio internacional, clasificados por tipo de actividad: Exportador, Importador, Productor, Distribuidor, Proveedor de servicios. Proporcionan una breve información de empresas de acceso libre pero, para obtener datos de las empresas es necesario suscribirse a la fuente.

The screenshot displays the Kompass website interface. At the top, the Kompass logo is accompanied by the tagline "Your route to business worldwide". Navigation links include "Productos y Servicios", "Sus necesidades", "Sobre nosotros", and "BLOG". The main content area is organized into three columns:

- CONSULTORÍA Y SERVICIOS**
 - Consultoría de Datos**: Potencia tu rendimiento con datos cualificados
 - Integración de Datos**: Nutre tu negocio con Smart Data
 - Servicios para la Internacionalización**: Aprovecha el asesoramiento de Kompass y la investigación de mercado para desarrollar tu negocio a nivel internacional
- MARKETING DIGITAL**
 - Presencia online gratuita**: Registra tu empresa y haz parte de nuestra comunidad global B2B
 - Booster**: Aumenta tu visibilidad a largo plazo en los motores de búsqueda
 - Display**: Construye y posiciona tu marca
 - Campañas de Marketing Digital**: Aprovecha nuestras efectivas campañas de Marketing Digital
- SOLUCIONES PARA VENTAS Y MARKETING**
 - EasyBusiness**: Herramienta online de prospección: Consulta nuestra base de datos de más de 42 millones de empresas
 - ByPath**: Aprovecha el Big Data para impulsar las ventas con nuestra solución de inteligencia comercial
 - CRM's Apps**: Utiliza la app de Kompass para mejorar el rendimiento de tu equipo de ventas
 - EasyList**: Genere un listado a medida con nuestros múltiples criterios de búsqueda
 - Public Tenders**: Acceda a licitaciones públicas a nivel global y gane nuevos negocios

At the bottom, a banner features a circular icon and the text: "30 segundos para encontrar las soluciones que se adapten a tu negocio. Tus prioridades comerciales en 4 pasos. **ENCUENTRA TU SOLUCIÓN**".

Búsqueda de información

EUROPAGES <https://www.europages.es/> - PAGO

directorio europeo de información de negocios, en el que podemos localizar empresas europeas y de su entorno. Ofrece múltiples criterios de filtrado: búsqueda por sector o actividad, por países, pudiendo refinar por regiones y por los datos de empresa de que dispone.

The screenshot displays the EUROPAGES website interface. At the top, a search bar contains the term 'ASTILLEROS'. Below the search bar, a banner for 'HIGH QUALITY AIR BLOWERS' by NITTO KOHKI is visible. The main content area shows search results for 'ASTILLEROS - Importación exportación', indicating 886 companies and 4 products. A sidebar on the left offers filters for 'AFINAR LA BÚSQUEDA DE EMPRESAS' and 'LOCALIZAR LAS EMPRESAS EN UN MAPA'. The 'POR PAÍS' section lists countries with their respective company counts: Italia (268), Alemania (190), España (79), Suiza (78), Reino Unido (72), Países Bajos (39), Noruega (24), Francia (20), Austria (14), Dinamarca (12), and Portugal (11). The 'POR CATEGORÍA' section lists 'Astilleros: reparación y mantenimiento (660)' and 'Barcos: reparaciones'. The main results area features two company profiles: 'OFFICINE MECCANICHE NAVALI E FONDERIE S. GIORGIO DEL PORTO SPA' from Italy and 'ZAMAKONA YARDS' from Spain. Each profile includes a logo, a brief description, and a list of services. On the right side, there are two promotional banners: 'UNA PÁGINA PARA SU EMPRESA' and 'ARE YOU A DIGITAL AGENCY' by Visable. At the bottom, a footer contains a cookie consent message.

EUROPAGES

ASTILLEROS

HIGH QUALITY AIR BLOWERS
- e.g. for sewage treatment systems -
NITTO KOHKI

EUROPAGES - Búsqueda (Pagar) > EMPRESAS - PROVEEDORES - PROVEEDORES DE SERVICIOS #ASTILLEROS

ASTILLEROS - Importación exportación

886 EMPRESAS 4 PRODUCTOS

Encuentre un proveedor en los siguientes sectores

Vehículos y material de transporte Metalurgia y trabajo del metal Ingeniería mecánica e industrial - equipamientos Transportes y servicios Servicios a empresas

AFINAR LA BÚSQUEDA DE EMPRESAS

LOCALIZAR LAS EMPRESAS EN UN MAPA

POR PAÍS

- Italia (268)
- Alemania (190)
- España (79)
- Suiza (78)
- Reino Unido (72)
- Países Bajos (39)
- Noruega (24)
- Francia (20)
- Austria (14)
- Dinamarca (12)
- Portugal (11)

POR CATEGORÍA

- Astilleros: reparación y mantenimiento (660)
- Barcos: reparaciones

OFFICINE MECCANICHE NAVALI E FONDERIE S. GIORGIO DEL PORTO SPA

San Giorgio del Porto SpA (SGdP) es un astillero naval sumamente tecnológico que desarrolla su actividad en el sector de las reparaciones navales desde 1928. El astillero cuenta con una cartera de...

Proveedor de: astillero | Mecánica naval | reparaciones navales | mantenimiento naval | refrigeración naval [4]

ITALIA - Génova

Póngase en contacto con esta empresa

ZAMAKONA YARDS

...y reparación naval de España. Lo conforman Astilleros Zamakona en Bilbao, Astilleros Zamakona Pasai en San Sebastián, Astilleros Reprnaval en Gran Canaria junto a los talleres Napasca dedicado...

Proveedor de: Astilleros | reparación y mantenimiento | astilleros | reparaciones navales

ESPAÑA - Las Palmas de Gran Canaria

Póngase en contacto con esta empresa

UNA PÁGINA PARA SU EMPRESA

AÑADA SU EMPRESA

ARE YOU A DIGITAL AGENCY

or an export service company interested in B2B marketing?

BUILD NEW REVENUE STREAMS
become a partner of Visable

visable

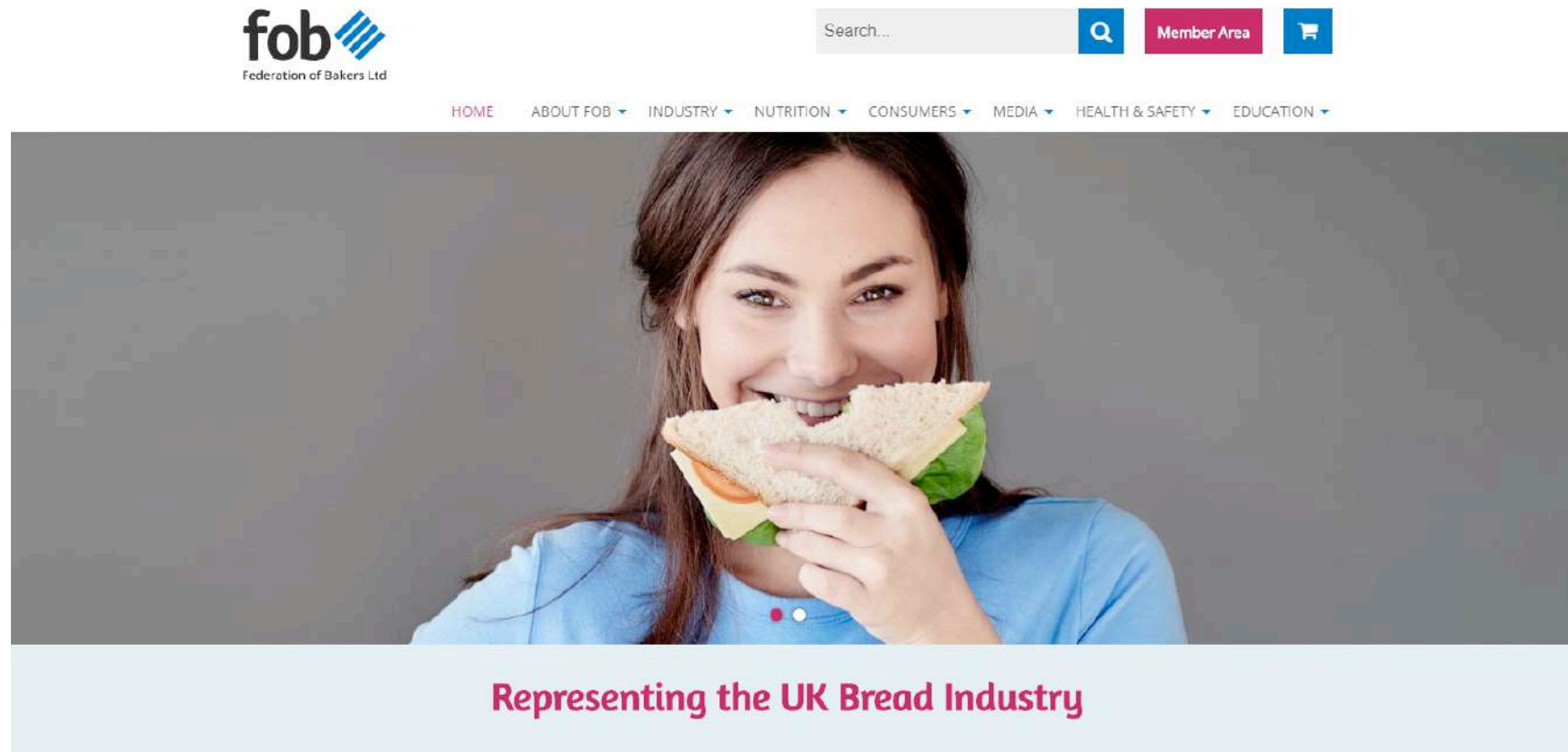
vaco france

Para que la experiencia resulte más agradable para el usuario, Europages utiliza cookies. Si continúa consultando la web, estará aceptando todas las cookies conforme a nuestra política de confidencialidad. Más info Cerrar

Búsqueda de información

FEDERATION OF BAKERS UK <https://www.fob.uk.com//> - PAGO

Las asociaciones sectoriales proporcionan información especializada del sector y el país de interés. Nos permiten acceder a sus miembros y ayudan a construir nuestra marca y adquirir reputación.

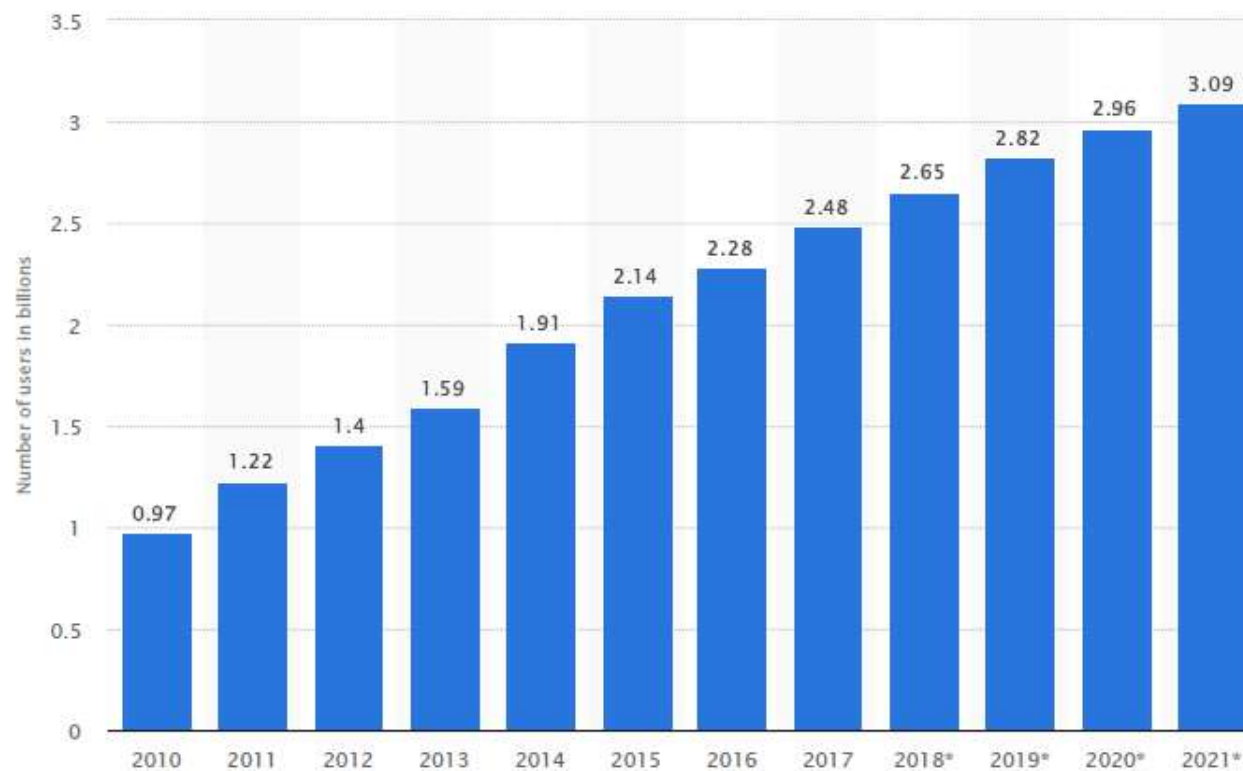


BUSQUEDA DE CLIENTES INTERNACIONALES

5. REDES SOCIALES

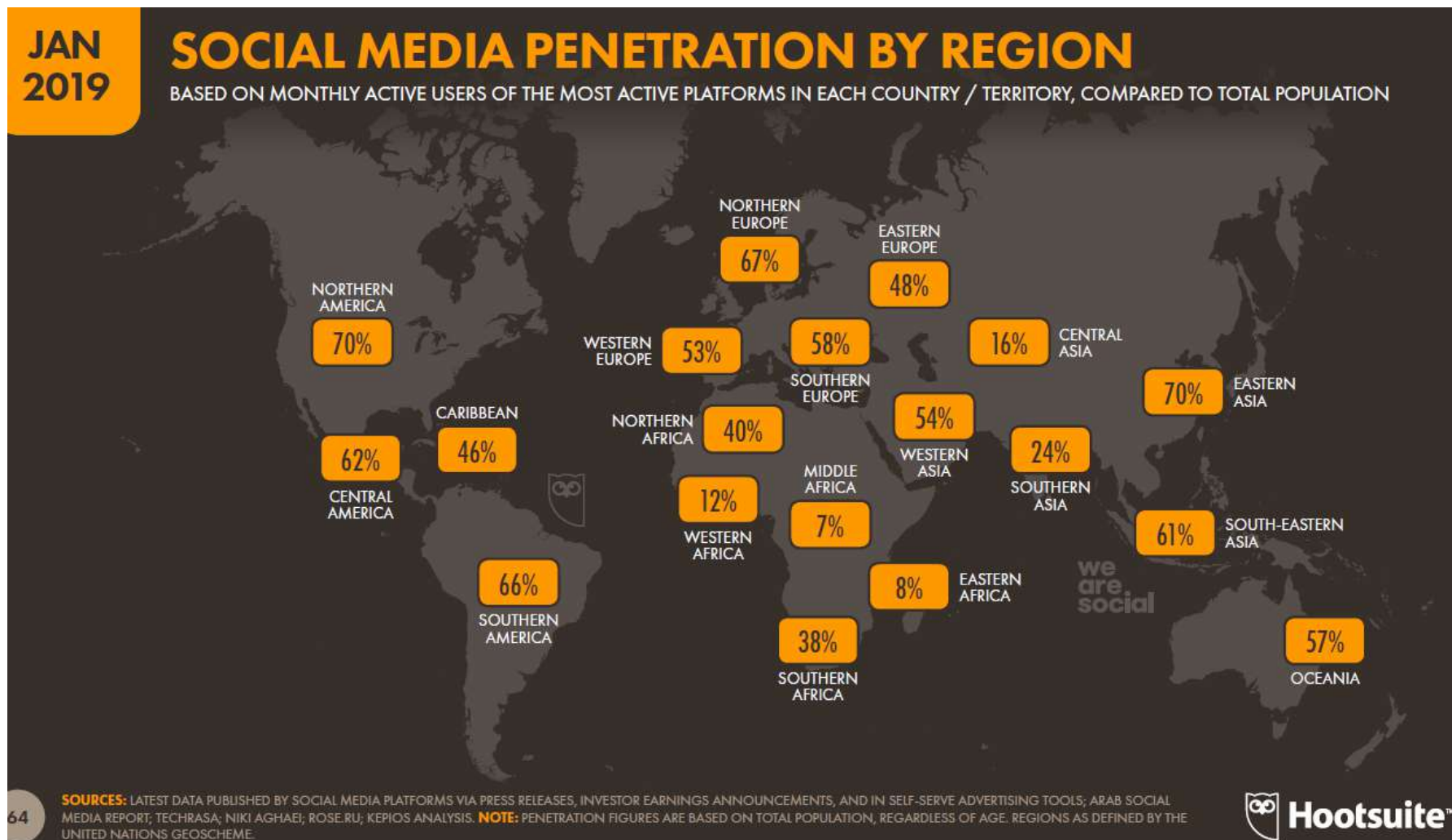
Redes Sociales

Número de usuarios de redes sociales

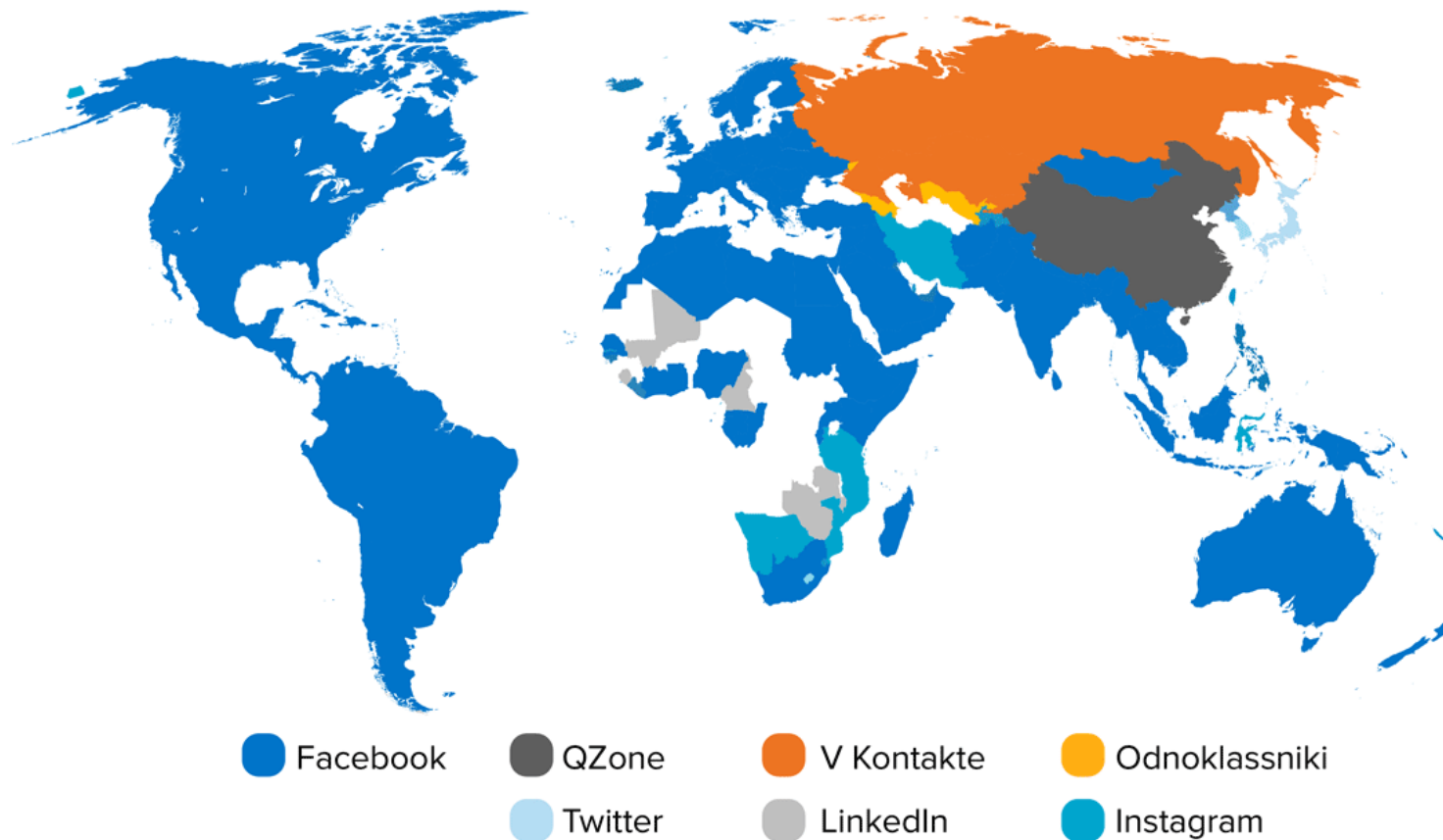


[Additional Information](#)

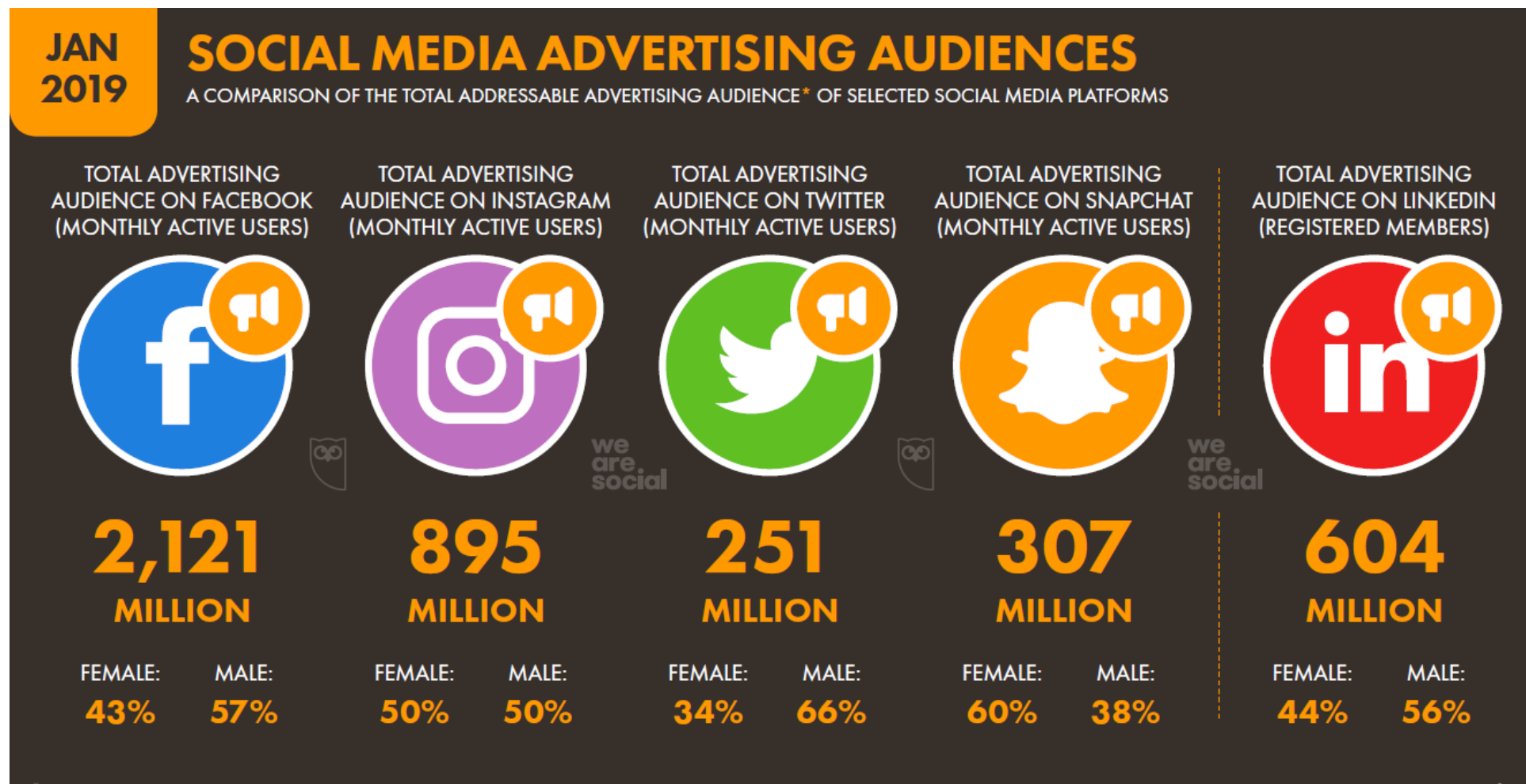
© Statista 2020



World Map of Social Networks



Credits: Vincenzo Cosenza, vincos.it
License: CC-BY-NC
Source: Alexa/SimilarWeb



Redes Sociales

FACEBOOK <https://business.facebook.com/> PAGO

La publicidad desde una página Facebook puede ayudar a llegar a clientes potenciales de una empresa, producto o servicio. Se puede promocionar una publicación o un evento, conseguir clientes potenciales o incluso animar a las personas a que compren en tu sitio web. Están disponibles diferentes tipo de anuncios y el primer paso es elegir qué anuncio es compatible con tu objetivo empresarial.

The screenshot displays the Facebook Business Home interface. At the top, there's a navigation bar with 'Business Home', a search bar, and user information for 'Acme Corporation'. Below this, the 'Overview' tab is selected, showing a sidebar with the business profile 'Jasper's Market' and a main content area with three sections: '4 Alerts', 'Top Pages', and 'Top Ad Accounts'. The 'Alerts' section lists notifications about ad approvals, underdelivering sets, and old messages. The 'Top Pages' section shows a table of top-performing pages. The 'Top Ad Accounts' section shows a table of top-performing ad accounts. On the right, there's an 'ACTIVITY' sidebar showing recent business events.

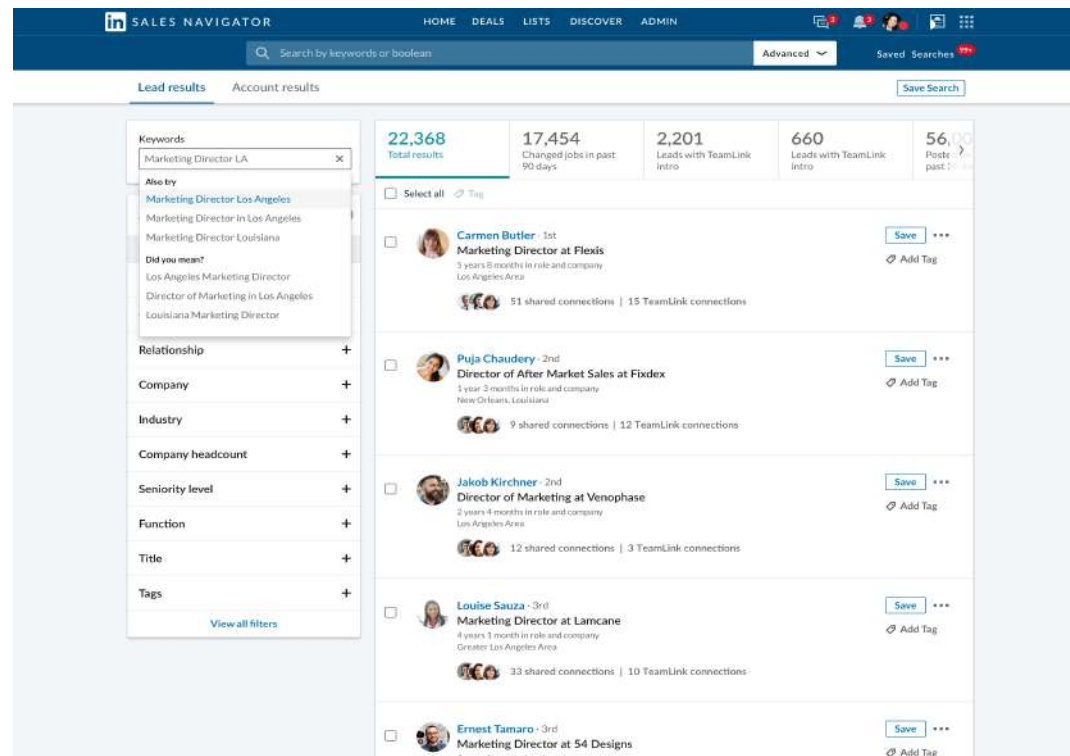
Page	New Likes	Post Reach	Engagement
Jasper's Market Palo Alto	47 + 22%	32,568 + 17%	1,636 + 17%
The Market	832 + 22%	155,742 + 17%	7,683 + 17%
JasperOnDemand	12 + 22%	63,362 + 17%	1,241 + 17%

Account	Campaigns	7 Day Spend
West Coast Ad Account	12	\$23,555
East Coast Ad Account	7	\$56,583
LATAM	0	\$23,955
West Coast Ad Account	2	\$23,595
EMEA Specialized	8	\$23,955

LINKEDIN SALES NAVIGATOR

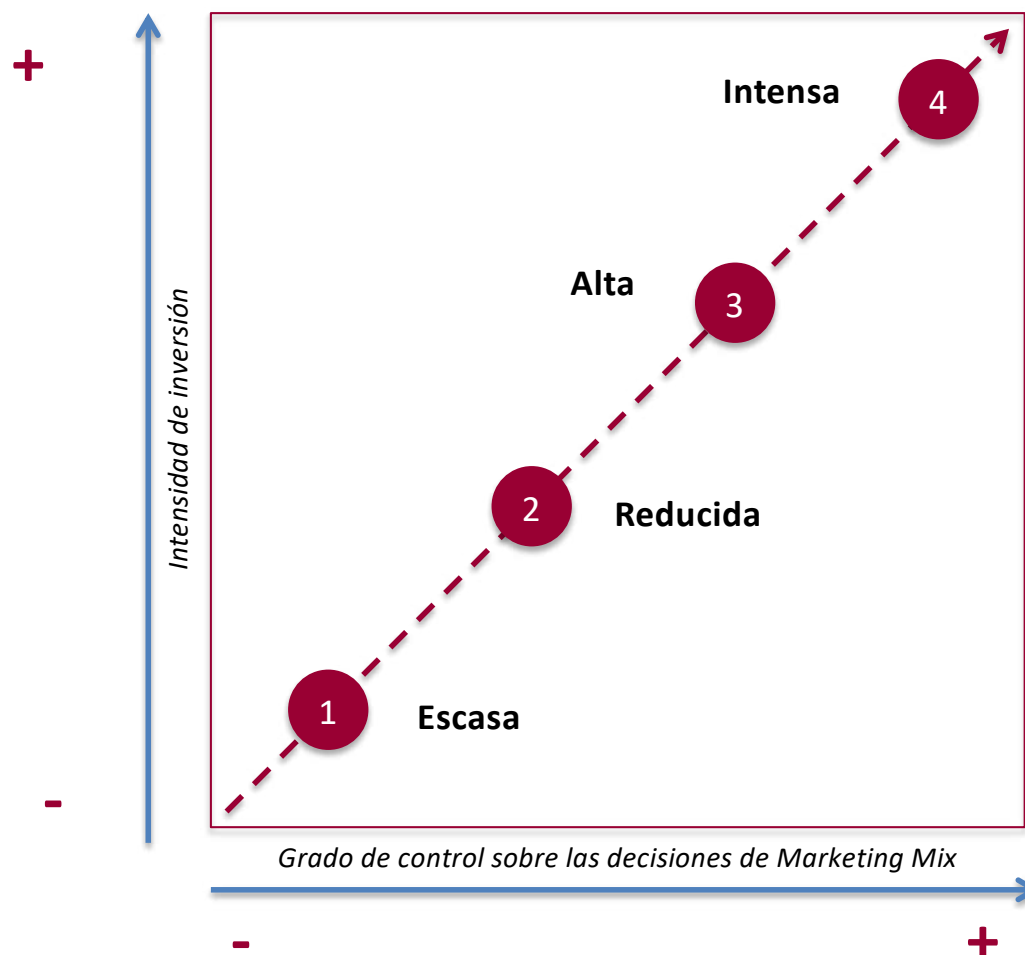
<https://business.linkedin.com/es-es/sales-solutions/sales-navigator/> - PAGO

La nueva herramienta de ventas de LinkedIn permite optimizar una búsqueda avanzada para encontrar a las personas y empresas que más se aproximan al target. La segmentación se convierte en factor clave mediante filtros, listas de clientes potenciales, alertas de nuevas coincidencias y optimización de campañas en LinkedIn.



ANEXO:

4 vías de acceso para entrar en los mercados internacionales



VIAS DE ACCESO

1. Exportación indirecta u ocasional, con o sin marca propia
2. Exportaciones a través de importadores, distribuidores o representantes
3. Establecimiento comercial en el extranjero
4. Implantación productiva en el exterior

Conclusiones finales

- **La búsqueda de información comercial y la captación de clientes** en los mercados exteriores es **el fin último del plan de internacionalización de la empresa.**
- Para conseguir el éxito en esta búsqueda **es necesario tener muy claro desde el principio que es lo que se busca.**
- Existen muchas fuentes de información, dispersas, diferentes. Es muy importante que la PYME **defina un plan de búsqueda de información comercial y lo dote de los medios necesarios.**
- Más allá de los costes directos, **hacer una mala selección de los clientes objetivo y los socios comerciales** puede llevar a la empresa a un fracaso desmotivador en su proceso de internacionalización.
- De ahí **la importancia** de realizar una **BUENA INVESTIGACION COMERCIAL PARA QUE NUESTRA BUSQUEDA, SELECCIÓN Y CAPTACION DE CLIENTES TENGA EXITO.**

Gracias por su atención



Área Portuaria de Bouzas, s/n. 36208 Vigo (España)
internacionalizacion@zonafrancavigo.com
+34 986 269 726