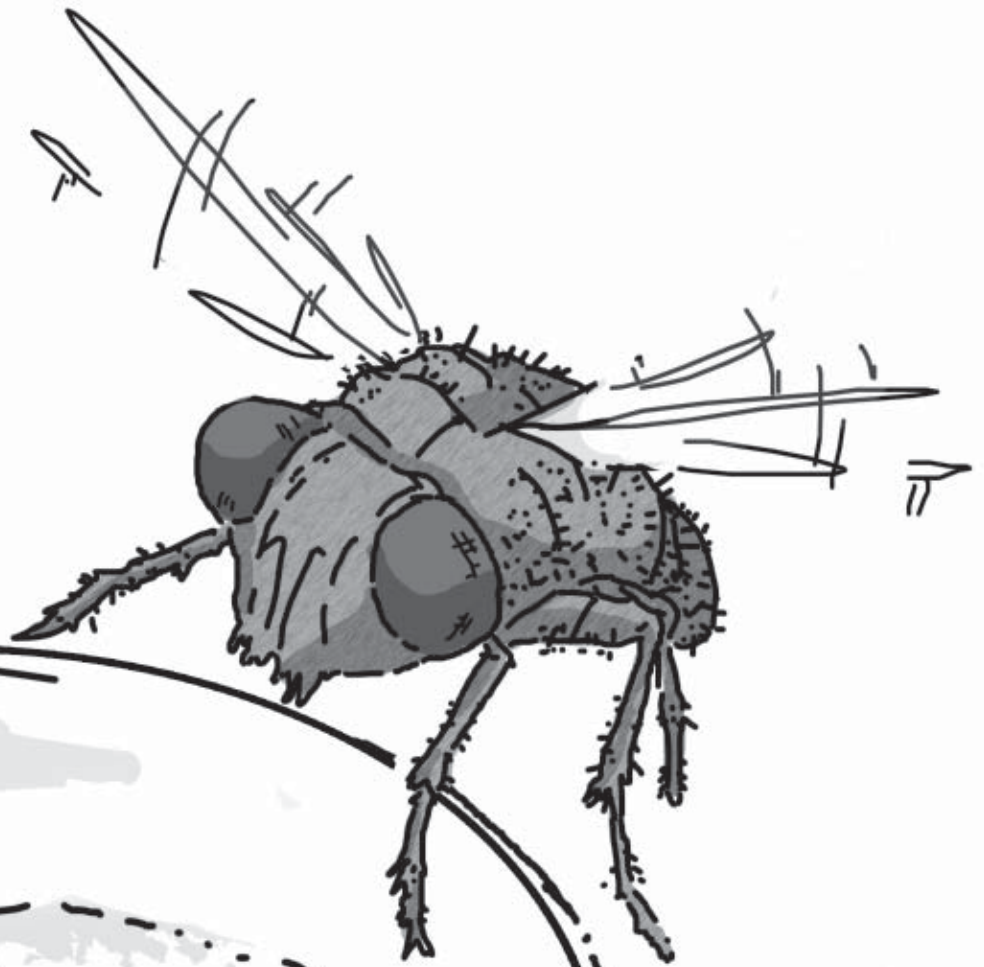


DLECHE

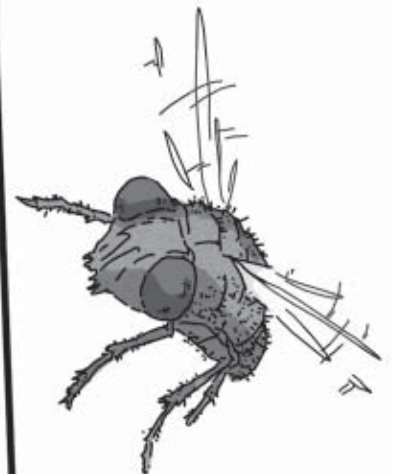
Nº 31 - Enero 2011 - Año 5

Una publicación de Roca Editorial. 3.000 ejemplares.



Mala Leche

¿Estamos a las puertas
de un monopolio?



Inteligencia de Mercado



rubro comercial. Entre otros tópicos, las Ofiagrís pueden abonar:

- ▶ Identificación de los grupos con potencial de presión en perjuicio de las importaciones chilenas.
- ▶ Notificación oportuna de modificaciones en la normatividad y/o en los trámites vigentes en el mercado de destino, que pudieran repercutir en los procesos de internación de mercancías chilenas.
- ▶ Notificaciones de cambios en cargos estratégicos del sector público o gremial que pueden ejercer influencia en la internación de mercancías de Chile.
- ▶ Análisis de la coyuntura política asociada a temas de la agenda sanitaria con Chile.
- ▶ Análisis de las prácticas culturales con potencial para impactar positiva o negativamente la internación de mercancías chilenas.

difícilmente se pueden jerarquizar, depurar y utilizar para tomar las mejores decisiones al momento de acercarnos a un mercado. ¿De qué nos sirve una gran cantidad de datos si éstos no son interpretados y transformados en recomendaciones estratégicas? Es justo en este tránsito de la fuente a la decisión donde el dato se vuelve inteligente y, por lo tanto, la acción que éste detona.

Sin lugar a dudas, la noción "Inteligencia de mercado" suena poderosa. Con este término suele referirse a aquellos datos que toda empresa necesita para tomar las mejores decisiones para abordar un mercado. Pero, ¿a qué tipo de datos concretos nos referimos? Un examen superficial de la gran variedad de referencias que caben en este universo nos indica que las informaciones útiles para el exportador van de la coyuntura política a las prácticas de consumo cultural, pasando por datos estadísticos, precios, productos en demanda, análisis de la competencia y un largo etcétera. Ante esta abundancia de información, seleccionar los datos más útiles se vuelve una tarea astronómica, tanto más cuando el usuario se ve expuesto a una avalancha de fuentes y contenidos en revistas, portales de internet, boletines, diarios, comentarios informales, reportes y otros entregables que

Como parte de mi trabajo como titular de la Consejería Agrícola de Chile en México, promuevo con energía el manejo económico, simple y selectivo de la información, con el fin de que ésta se transforme en inteligencia de mercado. En este tenor, la labor de la red exterior de oficinas agrícolas (Ofiagrís) y comerciales (Oficom) de Chile alrededor del mundo resulta crucial para orientar al usuario en una vorágine de datos, algunos de los cuales pueden ser útiles, siempre que una entidad con el criterio adecuado los ubique, depure, empaquete y difunda oportunamente.

Dispuestas en ubicaciones clave y apercebidas de los temas técnicos y políticos más relevantes del ámbito silvoagropecuario, las Ofiagrís pueden contribuir al proyecto "Chile, potencia agroalimentaria y forestal", generando inteligencia de mercado en materias específicas, complementarias al

Es decir, las Oficinas Agrícolas tienen la gran fortaleza de estar ubicadas en el mercado de destino, por lo tanto en un lugar de observación privilegiado para la inteligencia de mercado. Estas entidades pueden capturar la sensibilidad del momento y traducirla en términos que puedan propiciar decisiones agudas en pro de las exportaciones. ¿Cómo aprovechar esta fortaleza? El mecanismo se detona cuando el usuario toma contacto y presenta su solicitud, permitiendo que la Ofiagri sugiera vías —e invoque, de ser necesario, el expertise de la Oficom— para volver el mercado más inteligible a los ojos del exportador.

Quando conocemos las creencias, los usos léxicos, las ocasiones de consumo, los perfiles psicográficos vigentes en un mercado; en síntesis, cuando procuramos conocer a nuestro cliente en un sentido más completo y profundo, nos preparamos mejor para incursionar y mantenernos en un destino específico.

Para concluir esta reflexión, quisiera reiterar la importancia de las prácticas de consumo cultural como parte de la inteligencia de mercado. Cuando conocemos las creencias, los usos léxicos, las ocasiones de consumo, los perfiles psicográficos vigentes en un mercado; en síntesis, cuando procuramos conocer a nuestro cliente en un sentido más completo y profundo, nos preparamos mejor para incursionar y mantenernos en un destino específico. En esta tarea de construir el rompecabezas para tomar buenas decisiones, el papel de la red exterior se hace patente. Sirvan estas líneas para invitar a los posibles interesados para que nos conozcan y utilicen todos los servicios que ofrecemos.

La Consejería Agrícola de Chile en México proporciona información técnica para la exportación de productos silvoagropecuarios; produce videoconferencias formativas sobre temas de interés sectorial; realiza análisis de coyuntura; da seguimiento a la agenda bilateral; atiende problemas relacionados con retenciones de mercancías en los puntos de ingreso al país y, por supuesto, está familiarizada con las prácticas culturales en este mercado. Trabajamos de forma estrecha con ProChile para proporcionar información completa, útil e inteligente.

Por todas estas razones, que dan cuenta de la ayuda que prestan a los usuarios las Oficinas Agrícolas del Ministerio en el mundo, los invitamos a conocernos y a establecer contacto a través de la página institucional: www.consejagri.gob.cl. ■



Héctor Echeverría Vásquez
Consejero Agrícola de Chile en México

CHEMIE[®]
Confianza y Calidad a su Servicio

CHEMIE S.A.
Agradece a sus clientes,
su preferencia y
confianza,
deseándoles un próspero
año 2011



CHEMIE S.A.
EMPRESA CERTIFICADA

El teloral 601 A
Parque Industrial Buenaventura, Quilicura - Santiago
Fono: 7386525 - Fax: 7386524 - E-mail: ventas@chemiesa.com
www.chemiesa.com