

PERIPLO MEXICO

INVESTIGACIÓN AL MARCO REFERENCIAL DEL PAIS OBJETIVO

1. MERCADO OBJETIVO PRINCIPAL (MOP)

México

1.1 Justificación.

- ✓ Afinidad cultural y comercial.
- ✓ Preferencias comerciales.
- ✓ Proximidad geográfica.
- ✓ Identificado como potencial.
- ✓ Existen contactos comerciales.
- ✓ Mercados en rápido crecimiento.
- ✓ Condiciones económicas, etc.

2. Factores Macroeconómicos

2.1 Reseña General Del País.

(Descripción general de la situación del país, economía, gobierno, Ubicación geográfica, Panorama político y social, La Industria, Rasgos generales de la evolución económica reciente (2019 – 2020 - 2021), Sistema Legal).

2.2 Población.

(Determinar la población total del país, detallando la composición de la misma por edades, sobre todo si esto es relevante para el tipo de producto que se pretende comercializar). Incluir también población económicamente activa (PEA) y cifras de desempleo.

2.3 Clima

(Especificar el clima de la ciudad objetivo dentro del país, señalando cual puede ser su incidencia sobre la comercialización del producto).

2.5 Unidad monetaria.

(Especificar cuál es la moneda del país, su tasa de devaluación respecto al dólar y hacer una comparación con Colombia, Tasa de cambio con respecto al dólar, Tasas de cambio promedio con el peso).

3. Datos Macroeconómicos

3.1 PIB (US\$ millones) (PIB Per cápita)

3.2 Crecimiento del PIB los últimos tres años

(PIB de los últimos tres años, hacer pequeño análisis del comportamiento de estas cifras).

3.3 Balanza comercial global.

(Cifras de los últimos tres años, igualmente hacer pequeño análisis de las cifras).

3.4 Intercambio bilateral con Colombia

Balanza comercial bilateral (Exportaciones hacia el mercado objetivo, importaciones nuestras desde ese mercado, saldo).

3.5 Índice (%) de desempleo de los últimos tres (3) años

(Pequeño análisis de las cifras, Informalidad, Desempleo abierto, explicar el comportamiento).

3.6 Índice de inflación de los últimos (3) tres años.

(Pequeño análisis de las cifras, explicar el comportamiento).

3.7 Acuerdos Comerciales

(Especificarlos y dividirlos en dos grupos. Para ambos casos debe hacerse una descripción de cada uno de los acuerdos, haciendo énfasis en las ventas que cada uno de ellos ofrece).

- ✓ Acuerdos comerciales que tiene Colombia con el país mercado objetivo.
- ✓ Acuerdos comerciales que tiene el país objetivo con otros países y que pueden afectar la competitividad del producto en dicho mercado.

4. Información sitios visitados.

4.1 Empresas visitadas y análisis del Sector.

(Esta información sirve para determinar oportunidades y amenazas dentro del mismo, que permitan establecer estrategias de penetración al mercado. Se explican las características del sector, estadísticas de producción, crecimiento del mercado, demandas, volumen total de ventas, etc.)

4.3 LOGISTICA DFI: Puertos visitados.

(Especificar los lugares y los medios de transporte a través de los cuales la empresa puede hacer llegar sus productos al mercado objetivo, Transporte Aéreo, Terrestre, Marítimo y/o Multimodal).