

Servicios Personalizados

Cristina Martínez Vayá

Directora Territorial de Comercio

Índice



1 | Qué son los Servicios Personalizados (SSPP)

2 | Identificación de socios comerciales

3 | Agendas de reuniones de negocios

4 | Información personalizada sobre mercados exteriores

5 | Misión Inversa

6 | Apoyo Logístico

Qué son los SSPP

- Son **consultorías personalizadas** adaptadas a las necesidades de la empresa solicitante.

- * Son **servicios** adaptados a:

- producto,
- empresa
- mercado

- Los gestionan las **Oficinas Económicas y Comerciales** en todo el mundo

- Están dirigidas a:

- empresas españolas
- filiales de empresas en el extranjero
- instituciones relacionadas con el comercio exterior.

- Son peticiones de apoyo cuyo objetivo final sea

- la exportación de bienes y servicios españoles
- implantación de empresas españolas en el exterior
- implantación productiva de empresas extranjeras en España

- Están sometidos a control de calidad que garantice el valor añadido.

Tipología de los SSPP

- Identificación de socios comerciales
 - Sin información de mercado
 - Con información de mercado
 - Presentación de empresa
- Agenda de reuniones de negocios
 - Agenda individual
 - Agenda en misión comercial
 - Agenda en misión de estudio
- Información personalizada de mercados exteriores
- Misión Inversa
- Apoyo logístico

Identificación de socios comerciales sin información de mercado

- es una búsqueda activa de potenciales socios comerciales en un determinado mercado
- se dirige a empresas españolas (con CIF español) e incluso filiales de empresas extranjeras.
- Se busca un abanico de empresas potenciales clientes que muestren interés por el producto de la empresa contratante del SSPP
- El cliente (empresa solicitante) de esta tipo de SP es exclusivamente la empresa.

Identificación de socios comerciales con información de mercado

- Este servicio es esencialmente igual al SP Identificación de Socios Comerciales
- El valor añadido es informe sobre el producto en el mercado demandado.

Identificación de socios comerciales

Presentación de empresas

- Es un servicio intermedio entre Identificación de Socios y Agenda de Reuniones
- Está dirigido únicamente a empresas españolas o sus filiales
- El SP consiste en:
 - Seleccionar una relación de contactos que mejor se adapten al perfil de la empresa solicitante
 - Envío, por parte de la Oficina Comercial, de un escrito de presentación de la empresa a los contactos
 - Seguimiento telefónico de los contactos
 - Elaboración de un informe con los resultados obtenidos

Agenda de Reuniones de Negocios

Agenda Individual

- Es un informe personalizado que incluye:
 - Relación de entrevistas concertadas con información sobre cada una de las empresas
 - Nota del sector en el país de destino.
 - Información práctica del país.
 - Listado de empresas más relevantes que hayan declinado el mantener una entrevista.
- Se desarrolla en un periodo medio de **3 a 5 días** e incluye de **ocho a diez** entrevistas
- Inicialmente la Oficina Comercial elabora una **preagenda** que remite a la empresa
- En muchas ocasiones se realiza una **reunión previa** de la empresa con la Oficina Comercial

Agenda de Reuniones de Negocios

Misiones Comerciales

- Es la organización de Agendas Individuales de Reuniones de Negocios para cada una de las empresas participantes en una Misión Comercial Directa.
- Es un informe personalizado para cada una de las empresas.
- La Oficina Comercial es la que decide si se puede organizar o no la Misión así como el número de agendas a realizar.
- La Oficina Comercial perfila los detalles de la Misión con el agrupador.
- Previamente se puede llevar a cabo una **reunión** con la Oficina Comercial

Agenda de Reuniones de Negocios

Misiones de Estudio

- .Consiste en la organización de una Agenda de Reuniones de Negocios para un viaje de prospección comercial de una **institución** generalmente, asociación sectorial.
- Incluye la misma información que la Agenda Individual
- Aunque las Instituciones pueden ir acompañadas de empresas, se hace una **única agenda** para todas ellas.
- En ocasiones, personal de la Oficina Comercial acompaña a las entrevistas.
- Previamente, la Oficina Comercial envía a la institución una **preagenda**.

Información Personalizada de Mercados

- .Consiste en información elaborada a medida sobre un mercado concreto para una empresa específica.
- Va dirigido únicamente a empresas españolas y sus filiales.
- Previamente, la Oficina Comercial concreta con la empresa los puntos que quiere que se incluyan en el informe.
- Puede incluir:
 - **Investigación y estudios de mercado personalizados adaptados a las necesidades planteadas por la empresa.**
 - **Información sobre normativa de comercio exterior.**
 - **Cualquier otro servicio de información necesaria**

Misión Inversa

- .Consiste en traer a España a una selección de compradores o prescriptores de opinión de un determinado sector del país solicitado.
- La oficina Comercial es la que, a la vista de la actividad, selecciona una lista corta de aquellos contactos que mejor se adapten a la solicitud.
- Antes del viaje a cada invitado se le entrega una documentación con una nota sobre la actividad y su agenda de viaje.
- Este servicio se ofrece a Instituciones y a empresas españolas.
- La Oficina Comercial será la encargada de cursar las invitaciones y facilitará la tramitación de los **visados** caso de ser necesarios.

Apoyo Logístico

- Incluye una amplia variedad de servicios, como:
 - Apoyo a acciones de promoción comercial de la empresa (presentación de productos, catas, inserción de publicidad...)
 - Prestación de servicios de apoyo local a la empresa (búsqueda de traductores, asesores, alquiler de locales ...)
 - Servicios relacionados con la presencia en ferias (gestiones aduaneras, contratación de espacio, acompañamiento a empresas...)
 - otros servicios (informes comerciales o financieros de empresas extranjeras...)
- Este servicio se ofrece a empresas españolas y sus filiales así como a instituciones españolas.
- Estos servicios, en la mayoría de los casos, requieren un informe previo.

Servicios Personalizados

- Los SSPP están sometidos en todos los casos a un Control de Calidad.
- La gestión de este control se lleva a cabo desde las distintas Direcciones Territoriales de Comercio remitiéndose posteriormente a los servicios centrales.
- El SP no se cierra hasta no tener la certeza de que la empresa contratante ha conseguido sus objetivos.



Gracias por su atención