



LOS ESTUDIOS DE MERCADO EN APOYO A LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES. ESTUDIO DE CASO: INVERSIONES GAMMA, S.A.

Mercedes Sánchez-Sánchez
 Consultoría Biomundi/IDICT, Cuba.
 Email: msanchez@biomundi.inf.cu

Resumo

El trabajo refiere la importancia de los estudios de mercado (EM) en la toma de decisiones en las organizaciones. Dichos estudios caracterizan el entorno: competitivo, económico, social, regulador, político etc., y determinan las amenazas y las oportunidades a que se enfrenta la organización, para comercializar sus productos y servicios. Se presenta un estudio de caso que refleja los resultados alcanzados por la aplicación de los EM por la empresa cubana Inversiones Gamma SA, comercializadora de servicios profesionales del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente de Cuba (CITMA), en la identificación de socios comerciales y en la concertación de alianzas estratégicas, con empresas que brindan servicios medioambientales y de riesgo industrial para las industrias petroleras: PEMEX (México), PDVSA (Venezuela) y Petroamazonas (Ecuador). Así como también con empresas que realizan el servicio de restauración de playas en: Cancún, Bahamas y Jamaica.

Palabras-Clave: Estudios de Mercado. Inversiones Gamma SA. Environmental Services and Industrial Risks. Beach Restoration Services.

MARKET RESEARCH IN THE EXPORT SUPPORT SERVICES PROFESSIONAL. CASE STUDY: GAMMA INVESTMENTS SA

Abstract

The work relates the importance of market research in decision-making in organizations. These studies characterize the environment: competitive, economic, social, regulatory, political etc., and determine the threats and opportunities facing the organization, to market their products and services. A case study reflecting the results achieved by the application of EM by the Cuban company Inversiones Gamma SA, distributor of professional services of the Ministry of Science, Technology and Environment of Cuba (CITMA), comes in identifying business partners and the establishment of strategic alliances with companies that provide environmental services and industrial risks for the oil industry: PEMEX (Mexico), PDVSA (Venezuela) and Petroamazonas (Ecuador). As well as companies that perform the service restoration of beaches in Cancun, Bahamas and Jamaica.

Keywords: Market Research. Inversiones Gamma SA. Environmental Services and Industrial Risks. Beach Restoration Services.

1 INTRODUÇÃO

Las altas presiones competitivas, los mercados en continua expansión y los altos costos que conllevan las decisiones estratégicas equivocadas, son las principales razones de por qué las organizaciones optan por contratar o desarrollar la investigación de mercado, con el fin de disminuir el nivel de incertidumbre en la toma de decisiones (ESCORSA, 2011).

Los empresarios, los productores, los inversionistas y otros, ven en ella un instrumento de acopio de información oportuna, que aporta los conocimientos necesarios para realizar grandes acciones con bajas probabilidades de cometer errores. Por lo que es una herramienta

muy valiosa para las organizaciones que aspiran a insertarse o mantenerse en los mercados de manera competitiva (SÁNCHEZ, 2010).

En el estudio de caso se presenta los resultados derivados de la subcontratación de los estudios de mercado de la empresa cubana Inversiones Gamma SA, a la Consultoría Biomundi/IDICT, en apoyo a la exportación de algunos servicios profesionales incluidos en su cartera de negocios.

Esta investigación tiene como antecedentes principales:

- La empresa Inversiones Gamma, SA decide introducir la herramienta de inteligencia empresarial como una innovación en el proceso de comercialización de la empresa, que le facilite identificar alianzas estratégicas con empresas prestadoras de servicios profesionales similares en: México, Venezuela, Ecuador, Bahamas y Jamaica, con el objetivo de penetrar dichos mercados.
- La empresa Inversiones Gamma SA resuelve subcontratar de manera permanente los servicios de IE a la Consultoría Biomundi/IDICT, según la demanda de su plan de negocios.

Problema de investigación: Necesidad de conocer acerca del mercado de los servicios medioambientales y de gestión de riesgo para el sector petrolero de: México, Venezuela y Ecuador, así como del de recuperación de playas en: Quintana Roo, Bahamas y Jamaica, con el fin de identificar oportunidades potenciales de negocios.

Objetivo General: Caracterizar el mercado de los servicios medioambientales y de gestión de riesgo dirigidos a las empresas petroleras: PEMEX, PDVSA y PETROAMAZONAS, así como del servicio de recuperación de playas en: Quintana Roo, Bahamas y Jamaica.

2 LOS ESTUDIOS DE MERCADO COMO PRODUCTO DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL

El término de inteligencia empresarial (IE), se introduce en el mercado hace más de dos décadas. Según (OROZCO, 2010), es una herramienta gerencial cuya función es obtener, analizar y distribuir de modo sistemático y organizado, información relevante sobre el contexto externo e interno de la organización, para la toma de decisiones y la orientación estratégica, lo que facilita a las organizaciones el cumplimiento de su misión.

El conocimiento del ambiente externo (macro y microentorno), por parte de la organización, es imprescindible para interactuar con él. El macroentorno se relaciona con los aspectos: sociales, políticos, económicos, reguladores y tecnológicos, que inciden en el mercado. A su vez, el microentorno se asocia más a la competencia de: productos sustitutos y similares, los clientes, los proveedores, los competidores, las regulaciones, los segmentos, entre otros (KOTLER, 2011). Cuando se posee este conocimiento las decisiones de valor táctico y estratégico se toman con menor riesgo e incertidumbre (PORTER, 2010).

Entre los productos típicos de IE se encuentran:

- Estudios de mercado,
- Estudios de tendencias (comerciales, científico-técnicas u otras).
- Estudios estratégicos (en apoyo a la planificación estratégica).
- Perfiles estratégicos (sectores, personalidades, empresas y tecnologías)
- Estudios de factibilidad, entre otros.

2.1 ¿Qué son los estudios de mercado?

Son estudios que caracterizan el entorno competitivo (oportunidades y amenazas) de un producto o servicio en el mercado, en atención a: la estructura, el tamaño, los

Perspectivas em Gestão & Conhecimento, João Pessoa, v. 6, Número Especial, p. 152-157, jan. 2016.

competidores, los clientes, la demanda, los segmentos, las regulaciones, entre otros aspectos. Se nutren de información: comercial, económica, socio-política, reguladora, jurídica y tecnológica. Son claves para la toma de decisiones en el proceso de comercialización de las organizaciones (SÁNCHEZ Y COL, 2013).

Entre los aspectos principales que se incluyen en el esquema de investigación de un estudio de mercado se encuentran:

- Breve caracterización sobre el producto, servicio o sector. (tipos, usos, tecnologías, etc.)
- Sucesos sociales, culturales, económicos que inciden en el mercado.
- Caracterización del mercado. (ventas, producción, cuotas, exportaciones, importaciones, etc.)
- Principales competidores (empresas, compañías, asociaciones, etcétera).
- Principales productos (precios, presentación, ventas, etcétera).
- Segmentos de mercado
- Características de los consumidores.
- Demanda
- Suministradores y canales de distribución.
- Regulaciones
- Otros aspectos de interés.

Entre los objetivos que persigue un estudio de mercado se encuentran:

- Determinar el nivel competitivo de un producto o servicio en el mercado (productos similares o sustitutos, compañías, liderazgo, barreras de entrada, entre otros).
- Detectar nichos y segmentos de mercado.
- Evaluar la satisfacción de los consumidores.
- Identificar proveedores para concertar alianzas estratégicas.
- Identificar oportunidades y amenazas en el mercado y otras.

3 EXPERIENCIA DE LA CONSULTORÍA BIOMUNDI/IDICT EN LA REALIZACIÓN DE ESTUDIOS DE MERCADO

La Consultoría Biomundi/IDICT se creó en agosto de 1992, como la división de Inteligencia Empresarial (IE) del Instituto de Información Científica y Tecnológica (IDICT), con el objetivo de brindar servicios de IE, para sectores económicos diversos, en especial: el biofarmacéutico, el agrícola, el turístico, el energético, el de servicios profesionales, entre otros, tanto para el ámbito nacional como para el extranjero.

En la consultoría se han realizado más de 300 estudios de mercado, dirigidos fundamentalmente a: insertar productos y servicios en el mercado; en apoyo a negociaciones; a la concertación de alianzas estratégicas; a la determinación de la demanda; etcétera. Actualmente es el producto de IE de mayor demanda entre los productos que realiza la Consultoría Biomundi/IDICT. En la década del 2000-2010 predominaron los estudios de mercado enfocados a productos, pero en los últimos años se están incrementando las solicitudes dirigidas a los servicios, ya que Cuba se ha convertido en una exportadora exitosa de servicios profesionales.

Para esta actividad se cuenta con un grupo de profesionales graduados de disciplinas diversas, así como con una red de consultores o expertos externos que apoyan el trabajo en caso necesario.

4 MATERIALES Y MÉTODOS

- Fuentes de información

Se utilizaron disímiles fuentes de información, fundamentalmente las de tipos secundarias documentales. Entre las más consultadas se encuentran los sitios web de: PEMEX, PDVSA y PETROAMAZONAS, así como de gobiernos, ministerios, empresas, agencias reguladoras, contrataciones, licitaciones, directorios, periódicos locales; entre otros.

Otras fuentes de información valiosas fueron: los expertos de instituciones diversas, y el intercambio -por correo electrónico- con especialistas de empresas dedicadas a brindar servicios medioambientales en los países de interés

Se utilizaron además los programas de *Microsoft Excel* y *Microsoft Word*, para el procesamiento de la información y la edición del informe.

- Método de investigación documental

Se realizó una revisión bibliográfica exhaustiva de disímiles fuentes de información presentes en Internet. Para recolectar la información se utilizaron estrategias de búsqueda diversas que se indagaron en los buscadores (*Google, Yahoo, Mamma*), los metabuscadores (*Bing, DogPile*) y en la web profunda. También se recolectó información muy valiosa de los periódicos locales que se encuentran en formato digital, así como se examinó sobre el proceso de contratación de servicios profesionales en estos mercados; las regulaciones medioambientales vigentes, entre otros aspectos.

- Método de análisis -síntesis

A partir de este método se pudo clasificar, procesar, analizar y sintetizar los resultados de la investigación.

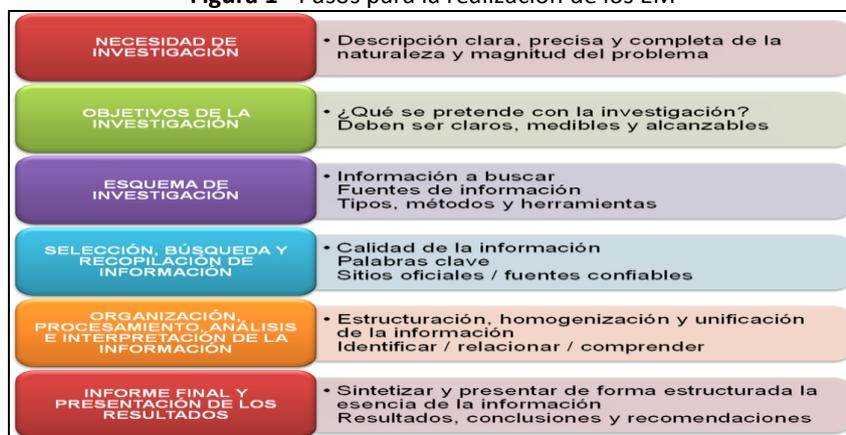
- Método de triangulación de fuentes

Este método se utilizó para comprobar y validar la información obtenida en diferentes fuentes de información.

- Pasos principales del procedimiento utilizado

Para la investigación se utilizó el procedimiento de EM, descrito en el Manual de Procedimientos de la Consultoría Biomundi/IDICT. Los pasos principales se muestran en la Figura 1:

Figura 1 - Pasos para la realización de los EM



Fonte: Consultoría Biomundi/IDICT – 2010

5 RESULTADOS Y DISCUSION

A partir de la firma del contrato entre Inversiones Gamma SA y la Consultoría Biomundi/IDICT, en el periodo comprendido entre 2012 y 2015, se realizaron ocho estudios de mercado, los cuales se listan a continuación.

1. Caracterización de la División de Exploración y Producción de PEMEX. Modo de contratación, licitaciones, demanda de servicios, e identificación y caracterización de proveedores de servicios de impacto ambiental y de riesgo industrial en Tabasco.
2. Caracterización de la División de Gas y Refinación de PEMEX. Demanda de servicios, e identificación y caracterización de proveedores de servicios de impacto ambiental y de riesgo industrial en Tabasco.
3. Caracterización de la empresa petrolera PDVSA. Modo de contratación, licitaciones, demanda de servicios, e identificación y caracterización de proveedores de servicios de impacto ambiental y de riesgo industrial.
4. Caracterización de la gestión ambiental y de la seguridad industrial en PDVSA.
5. Caracterización de la empresa petrolera ecuatoriana PETROAMAZONAS. Modo de contratación, licitaciones, demanda de servicios, e identificación y caracterización de proveedores de servicios de impacto ambiental y de riesgo industrial en Tabasco.
6. Servicio de restauración de playas en Quintana Roo. Causas del deterioro de las playas, trabajos de restauración realizados, competidores, demanda, etc.
7. Servicio de restauración de playas en Bahamas. Causas del deterioro de las playas, trabajos de restauración realizados, competidores, demanda, etc.
8. Servicio de restauración de playas en Jamaica. Causas del deterioro de las playas, trabajos de restauración realizados, competidores, demanda, etc.

En estos estudios se realizó -por parte de la Consultoría Biomundi- un primer contacto con las empresas identificadas en el estudio, a las que se les envió una carta de intensión para incentivar alianzas estratégicas entre las partes, así como el curriculum de la empresa cubana Inversiones Gamma SA, con sus avales de servicios. De este primer contacto se identificaron algunas empresas interesadas, que luego pasaron a negociar directamente con Inversiones Gamma SA.

5.1 Resultados Principales

- Se caracterizaron a las empresas petroleras: PEMEX, PDVSA y PETROAMAZONAS (divisiones, ubicación de plantas refinadoras y procesadoras de gas, pozos, oleoductos, estadísticas principales, etcétera). Se determinó además la demanda de servicios medioambientales y de riesgo industrial, a partir de las licitaciones realizadas por dichas empresas, así como los precios

de los contratos que se identificaron. Se estudió el sistema de registro de contratación de PEMEX, PDVSA y PETROAMAZONAS.

- Se caracterizó la gestión ambiental y de seguridad industrial, así como las normativas que deben cumplir las empresas: PEMEX, PDVSA y PETROAMAZONAS en relación con el cuidado del medio ambiente.
- Se identificaron empresas, centros de investigación, universidades y casas consultoras que prestan servicios medioambientales y de riesgo industrial, similares a los de la empresa cubana.
- Se firmaron tres contratos de alianzas estratégicas con entidades mexicanas y venezolanas que brindan servicios medioambientales y de riesgo industrial, al sector petrolero.
- Se participó en una licitación de servicios, junto a una consultora mexicana.
- Se realizó la evaluación del estado de las playas de: Cancún, Bahamas y Jamaica. Se identificaron las causas principales de la erosión, las empresas que realizaron trabajos de restauración y las tecnologías que se aplicaron, así como el apoyo gubernamental en dichos trabajos. También se identificaron los sitios con mayor demanda de estos servicios y los clientes principales.
- Se identificaron nichos de mercados para el servicio de restauración de playas en los países estudiados.

REFERÊNCIAS

ESCORSA, P., MASPONS, R. **De la Vigilancia Tecnológica a la Inteligencia Competitiva**, Madrid: Pearson Educación S.A, 2011.

KOTLER, P. **El marketing según Kotler**, Editorial: Paidós, 2011.

OROZCO, E; SÁNCHEZ, M. Inteligencia Empresarial Qué y Cómo. **Los estudios de mercado y estratégicos como producto de inteligencia empresaria**. Consultoría Biomundi/IDICT, 2010, p. 225-238.

PORTER, M. **Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores**. Editorial: Pirámide, 2009.

PORTER, M. **Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desarrollo superior**. Editorial: Pirámide, 2010.

SÁNCHEZ, M. **Comité Técnico de Consultoría Biomundi/IDICT**. Definiciones sobre estudio de mercado, 2013.

Artigo recebido em 05/09/2015 e aceito para publicação em 28/12/2015
