

UNIDAD DE VIGILANCIA DE MERCADOS



INTRODUCCIÓN

La creación de la Unidad de Vigilancia de Mercados responde a un contexto internacional marcado por una creciente inestabilidad geopolítica, la fragmentación del comercio internacional, las disrupciones recurrentes en las cadenas de suministro y una elevada volatilidad de los mercados. Factores como las tensiones geoeconómicas, los conflictos internacionales, los cambios regulatorios y la aceleración tecnológica están alterando de forma significativa las reglas del comercio global y el entorno competitivo en el que operan las empresas.

En este escenario de incertidumbre estructural, resulta imprescindible contar con un sistema permanente de análisis y seguimiento de mercados que permita anticipar riesgos, identificar oportunidades y apoyar una toma de decisiones informada y ágil. La Unidad de Vigilancia de Mercados se concibe así como una herramienta estratégica al servicio de las empresas y organizaciones, orientada a monitorizar de forma continua el entorno competitivo y las principales tendencias de los mercados.

Principales utilidades

- 1. Identificación de oportunidades y amenazas**, facilitando una planificación proactiva y la anticipación a riesgos emergentes.
- 2. Apoyo a la toma de decisiones estratégicas**, mediante información relevante, actualizada y contrastada.
- 3. Análisis de la competencia**, proporcionando una visión clara del posicionamiento, fortalezas y debilidades de los principales actores del mercado.
- 4. Impulso a la innovación**, a través de la detección de tendencias emergentes y tecnologías disruptivas.
- 5. Optimización en la asignación de recursos**, orientando los esfuerzos hacia áreas y mercados con mayor potencial de retorno.



ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. Definición y relevancia
2. Estructura de la Unidad de Vigilancia de Mercados
3. Comités
4. Mercados
5. Información
6. Competencia y Clientes
7. Herramienta

1

Definición y relevancia





1. DEFINICIÓN Y RELEVANCIA

La **Unidad de Vigilancia de Mercados** proporciona a las empresas de la Región de Murcia acceso a herramientas avanzadas y a información económica y comercial actualizada, fiable y contrastada, que les permite realizar análisis rigurosos del entorno internacional. Este apoyo facilita la identificación de oportunidades y riesgos, refuerza la toma de decisiones estratégicas y contribuye a mejorar la competitividad empresarial y la planificación eficaz de sus procesos de internacionalización.



2

ESTRUCTURA DE LA
UNIDAD DE VIGILANCIA DE MERCADOS





2. Estructura de la Unidad de Vigilancia de Mercados

Comités	Mercados	Información	Competencia y clientes
<p>Gestionar y responder a situaciones de crisis inesperadas.</p> <p>Puesta en marcha:</p> <ul style="list-style-type: none">• Definición y análisis de la coyuntura.• Composición (dependerá en cada caso de la situación de inestabilidad surgida)• Elaboración de documentación.• Convocatoria de reuniones (periódicas o extraordinarias).• Comunicación fluida.• Seguimiento y evaluación.	<p>Las empresas pueden analizar sus mercados de interés, tanto en las fases iniciales de su proceso de internacionalización como en su expansión hacia nuevos destinos. Para ello, pone a disposición herramientas tecnológicas avanzadas de análisis y apoyo a la decisión:</p> <ul style="list-style-type: none">• Diagnóstico Exportador• Selector de países• Servicio de información estadística	<p>Proporciona acceso a información económica, comercial y sectorial extensa, actualizada y contrastada, elaborada por organismos públicos y privados de referencia, que sirve de apoyo a la toma de decisiones estratégicas, la planificación empresarial y la identificación de oportunidades y riesgos en los mercados internacionales.</p> <p>Principales fuentes de información:</p> <ul style="list-style-type: none">• INFO Murcia• ICEX• Cámaras de Comercio• Oficinas Comerciales• Informes de tendencias• Insights 360°	<p>Ofrece herramientas tecnológicas avanzadas para realizar un análisis exhaustivo de la competencia, de las operaciones de exportación e importación y de la situación económica y financiera de clientes potenciales, proporcionando información clave para la toma de decisiones comerciales y estratégicas:</p> <ul style="list-style-type: none">• Encuentra tu importador• Conoce tus competidores• ¿Sabes a quién vendes?• Estrategia en punto de venta



3. COMITÉS

Gestionar y responder a situaciones de crisis inesperadas.

Los Comités se configuran como mecanismos ágiles de coordinación y respuesta ante situaciones de crisis o escenarios de inestabilidad surgidos de forma inesperada, permitiendo una gestión proactiva y ordenada de los impactos potenciales sobre las empresas y los mercados. Cuentan con un protocolo interno de funcionamiento y son constituidos específicamente ante una crisis puntual.

1. Definición y análisis de la coyuntura, identificando el alcance, los riesgos y los sectores afectados.
2. Configuración del Comité, adaptando su composición a la naturaleza y complejidad de la situación detectada.
3. Elaboración de documentación de apoyo, con información técnica y análisis relevantes para la toma de decisiones.
4. Convocatoria de reuniones, ordinarias o extraordinarias, según la evolución del contexto.
5. Establecimiento de canales de comunicación fluidos, que garanticen la coordinación entre los actores implicados.
6. Seguimiento y evaluación continuos, valorando la eficacia de las actuaciones y la necesidad de ajustes.

Aspectos clave:

- Coordinación eficiente.
- Análisis y toma de decisiones en tiempo real.
- Comunicación clara.
- Monitorización y control.

Comités existentes:

- BREXIT
- Aranceles EEUU



4. MERCADOS

Apoyo a las empresas en la identificación y priorización de mercados internacionales para su internacionalización

La sección de Mercados ofrece a las empresas de la Región de Murcia un conjunto de herramientas avanzadas de análisis y prospectiva internacional que les permite evaluar su posición competitiva, identificar oportunidades reales en el exterior y priorizar mercados objetivo, tanto en fases iniciales de internacionalización como en procesos de diversificación o consolidación internacional.

A través de un enfoque basado en datos, esta sección facilita una toma de decisiones informada, alineando las capacidades de la empresa con la dinámica de la demanda internacional y las características específicas de cada mercado.

Diagnóstico Exportador

El Diagnóstico Exportador permite a la empresa evaluar de forma estructurada su nivel de internacionalización, analizando sus capacidades internas, su experiencia previa en mercados exteriores y su posicionamiento competitivo.

La herramienta identifica fortalezas y debilidades clave del modelo exportador de la empresa, aportando una base objetiva para definir o ajustar su estrategia de internacionalización y orientar la selección de mercados y acciones prioritarias.

Selector de Mercados

El Selector de Mercados es una herramienta de prospectiva avanzada basada en datos, que identifica los países con mayor potencial exportador para cada empresa en función de criterios personalizados. A partir del análisis de más de 2.400 millones de registros estadísticos de los últimos cinco años, un algoritmo avanzado cruza información de comercio internacional, demanda, crecimiento y estructura de mercado para priorizar destinos y justificar técnicamente dicha selección.

La empresa puede personalizar el análisis seleccionando entre más de 8.000 productos a seis dígitos (TARIC/HS), definir sus preferencias estratégicas y visualizar los indicadores más relevantes para su toma de decisiones. La herramienta incorpora una versión modernizada con datos estadísticos actualizados y sin secreto estadístico en los flujos de exportación, mejorando significativamente la precisión y utilidad del análisis.

Servicio de Información Estadística

El Servicio de Información Estadística proporciona a las empresas información cuantitativa actualizada y contrastada sobre comercio exterior y mercados internacionales, permitiendo identificar qué países importan determinados productos, a qué aranceles y con qué evolución reciente; mediante el código arancelario a seis dígitos, la empresa obtiene informes sobre exportaciones nacionales e importaciones mundiales que facilitan el análisis del entorno internacional, el seguimiento del sector exterior regional y la definición de estrategias de internacionalización basadas en evidencia



5. INFORMACIÓN

Información fiable y actualizada para apoyar la toma de decisiones y la gestión de riesgos empresariales

El Servicio de Información pone a disposición de las empresas de la Región de Murcia información económica, comercial y sectorial exhaustiva, contrastada y permanentemente actualizada, procedente de organismos públicos y privados de reconocido prestigio, con el objetivo de apoyar una toma de decisiones sólida y basada en evidencia.

Este servicio integra y sistematiza información elaborada por fuentes de referencia como INFO Murcia, ICEX, las Cámaras de Comercio, las Oficinas Comerciales, así como informes de tendencias sectoriales —especialmente en el ámbito de la Alimentación y Bebidas— y herramientas de análisis integral como Insights 360°, ofreciendo una visión completa y coherente del entorno internacional.

La información facilitada es clave para la planificación estratégica, la gestión de riesgos y el cumplimiento legal y regulatorio, permitiendo a las empresas identificar amenazas y oportunidades reales, anticipar cambios en los mercados, reforzar la confianza de clientes, socios e inversores, y mejorar su posicionamiento competitivo en un contexto internacional cada vez más complejo y exigente.





6. COMPETENCIA Y CLIENTES

Herramientas tecnológicas avanzadas para localizar importadores, analizar competidores, clientes y el posicionamiento en los mercados internacionales



Encuentra tu importador - XPORTALIA

Herramienta orientada a la identificación de importadores y compradores internacionales para un producto concreto. A partir de la selección del código arancelario (TARIC/HS) y del mercado objetivo, la empresa accede a información sobre los principales importadores activos, sus volúmenes de compra y patrones de aprovisionamiento.

¿Para qué sirve?

Permite localizar clientes potenciales reales y activos en los mercados internacionales, facilitando la prospección comercial y la priorización de contactos.

¿Qué obtiene la empresa?

Un listado cualificado de importadores por producto y mercado, con información útil para iniciar o reforzar acciones comerciales en el exterior.

Conoce tus competidores - XPORTALIA

Herramienta de seguimiento y análisis de la competencia internacional, basada en datos de comercio exterior. Permite identificar qué empresas exportan productos similares, desde qué países operan, hacia qué mercados venden y con qué intensidad.

¿Para qué sirve?

Ayuda a entender el posicionamiento competitivo, detectar mercados saturados o emergentes y evaluar la presión competitiva real en cada destino.

¿Qué obtiene la empresa?

Una visión objetiva del entorno competitivo internacional, clave para ajustar su estrategia comercial y de internacionalización.

¿Sabes a quién vendes? – Dun&Bradstreet

Herramienta de análisis financiero y de riesgo de impago de clientes y socios comerciales internacionales. A partir de bases de datos especializadas, permite evaluar la solvencia, la situación financiera y el comportamiento de pago de potenciales compradores.

¿Para qué sirve?

Reduce el riesgo comercial y financiero en las operaciones internacionales, apoyando decisiones seguras sobre con quién vender y bajo qué condiciones.

¿Qué obtiene la empresa?

Informes de riesgo y solvencia que facilitan una gestión prudente del crédito comercial y una mayor seguridad en las operaciones exteriores.

Estrategia en punto de venta – Store Check

Herramienta de análisis de mercado basada en la observación sistemática del retail digital, que permite conocer cómo se compite realmente en un mercado, más allá de análisis teóricos. Se nutre de la revisión directa de tiendas online de grandes cadenas de distribución, cadenas especializadas y marketplaces relevantes para el consumidor local.

¿Para qué sirve?

Permite analizar el surtido, las marcas presentes, los niveles de precios, la estrategia promocional y la comunicación comercial de los competidores en el punto de venta..

¿Qué obtiene la empresa?

Un informe ejecutivo orientado a la toma de decisiones, de alto valor estratégico, que ayuda a ajustar el posicionamiento de producto, la estrategia comercial y la preparación de acciones internacionales, especialmente en el marco de misiones comerciales y actuaciones sectoriales del INFO.



7. UNIDAD DE VIGILANCIA DE MERCADOS

Herramienta

info UNIDAD DE VIGILANCIA DE MERCADOS
REGIÓN DE MURCIA

Un servicio de análisis y seguimiento del entorno económico, comercial y competitivo para las empresas de la Región de Murcia.

La Unidad de Vigilancia ofrece a las empresas información estratégica y herramientas de análisis que permiten comprender mejor el contexto en el que operan, anticipar escenarios y reforzar la toma de decisiones los mercados.

¿Cuál es la situación real de tu empresa en su entorno económico y competitivo?

¿Qué mercados, riesgos u oportunidades pueden afectar a tu actividad empresarial?

COMITÉS

COMPETENCIA

MERCADOS

INFORMACIÓN



7. UNIDAD DE VIGILANCIA DE MERCADOS

Herramienta

UNIDAD DE VIGILANCIA DE MERCADOS

Inicio Comités **Competencia** Mercados Información *info*

COMPETENCIA

¿Dispone su empresa de información suficiente para analizar a la competencia en los mercados internacionales?

Desde la Unidad de Vigilancia del INFO de la Región de Murcia se pone a disposición de las empresas un conjunto de servicios orientados al análisis económico, financiero y comercial, que permiten conocer el posicionamiento competitivo, las dinámicas del mercado y el comportamiento de otros operadores internacionales.

ANÁLISIS DE MERCADOS Y COMPETENCIAS

Análisis de mercado y competencias [Solicitar](#)

INSTITUTO DE FOMENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA

Área de Internacionalización, Inversiones y Suelo Industrial

Av. de la Fama 3,

30003 Murcia (Spain)

institutofomentomurcia.com

