

Resumen

La actual investigación está enfocada en el análisis del entorno y de las distintas opciones que tienen las Mipymes para encontrar el camino idóneo de sus compras internacionales y mantener sus redes de contacto en constante movimiento. De igual forma, es necesario que se conozcan los mecanismos para fortalecer las relaciones internacionales, así como también las herramientas digitales que ayudan al estudio de las posibles opciones disponibles que se tienen en el amplio mercado internacional. Entonces, conocer esto ayudará a las Mipymes a conseguir redes de contacto confiables y duraderas. También, la inteligencia de mercados ayudará a determinar los riesgos y oportunidades que las organizaciones tienen al aventurarse a comprar en el mercado global.

En la actualidad el desarrollo tecnológico se ha convertido en la piedra angular para que la inteligencia de negocios sea más accesible para todas las empresas ya sean micros, pequeñas, medianas o grandes. Al avanzar permanentemente la tecnología, nos permite traspasar la barrera de la falta de información, transportándonos así a la accesibilidad completa de datos secundarios enfocados en el comercio internacional. No obstante, la dificultad que se crea al poseer tantos datos es no saber cómo manejarlos o analizarlos, lo que resulta contraproducente para algunas empresas que no tienen los recursos o las personas especializadas en este tema, como son las Mipymes.

Palabras clave: Redes de contacto, inteligencia de negocios internacionales, Mipymes, compras internacionales, comercio internacional.

Abstract

The current research is focused on the analysis of the environment and the different options that MSMEs have to find the ideal path for their international purchases and keep their contact networks in constant movement. Similarly, it is necessary to know the mechanisms to strengthen international relations, as well as the digital tools that help the study of the possible options available in the broad international market. So, knowing this will help MSMEs to achieve reliable and lasting contact networks. Also, market intelligence will help determine the risks and opportunities that organizations have when venturing into the global market.

Nowadays, technological development has become the cornerstone to make business intelligence more accessible to all companies, whether they are micro, small, medium or large. As technology is constantly advancing, it allows us to overcome the barrier of lack of information, thus transporting us to the complete accessibility of secondary data focused on international trade. However, the difficulty created by having so much data is not knowing how to manage or analyze it, which is counterproductive for some companies that do not have the resources or people specialized in this area, such as MSMEs.

Key words: Contact networks, international business intelligence, MSMEs, international purchasing, international trade.