

Índice

- Entorno y marketing internacional
- El plan de marketing internacional
- Selección de mercados exteriores
- Formas de entrada en mercados exteriores
- Marketing mix internacional: el producto
- Marketing mix internacional: el precio
- Marketing mix internacional: la distribución
- Marketing mix internacional: la comunicación

Decisiones de marketing internacional



Alternativas de Expansión para la empresa local



Adaptación del diseño en las porcelanas Lladró

Estados Unidos



Israel



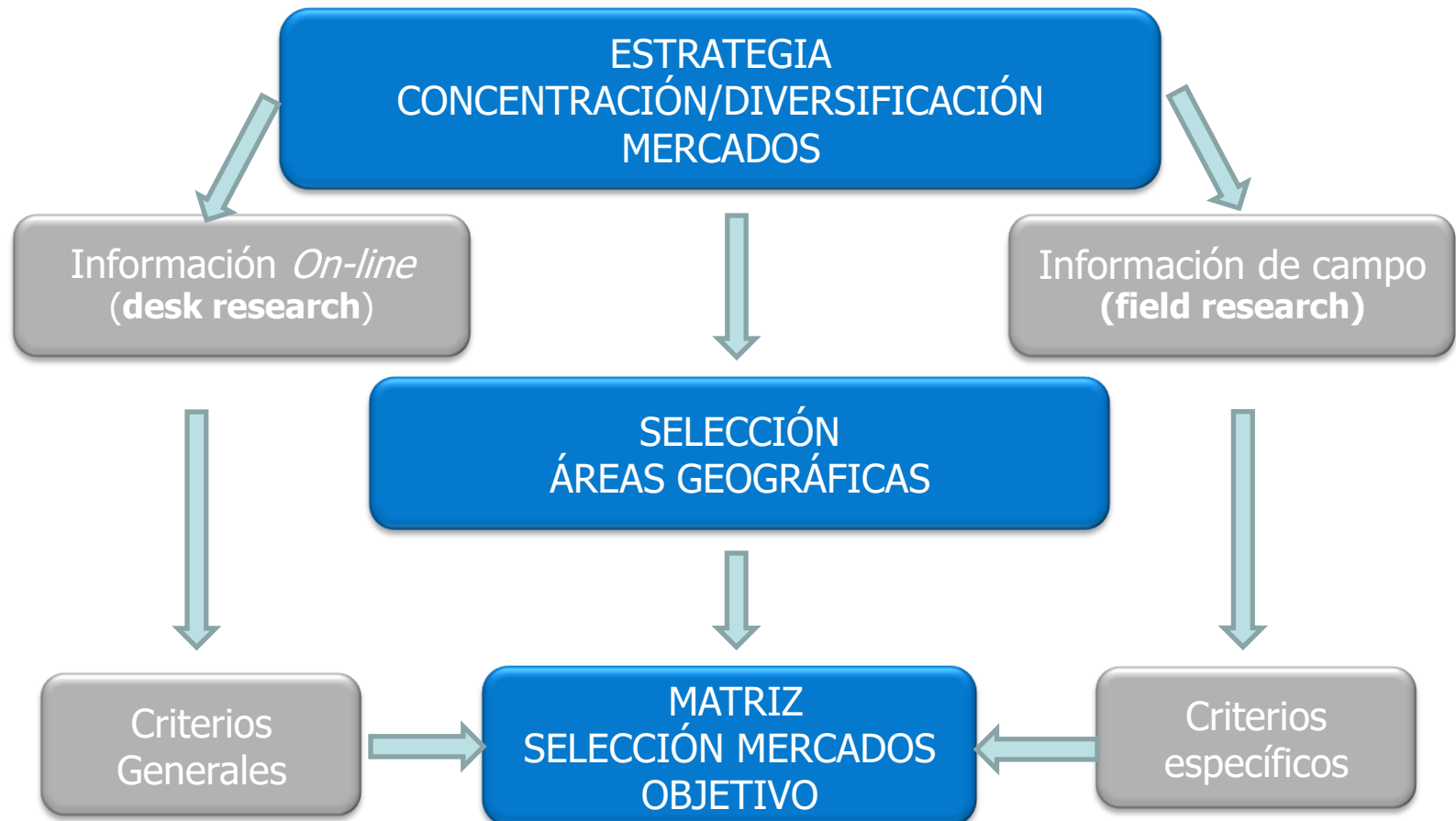
Japón



Estructura del plan de marketing internacional



El proceso de selección de mercados exteriores



Ejemplo de matriz de selección de países objetivo

COEF	CRITERIO (POTENCIAL/ACCESO/RIESGO)	PAÍS 1		PAÍS 2		PAÍS 3	
		Valoración	Total	Valoración	Total	Valoración	Total
2	Crecimiento económico del país	3	6	4	8	2	4
2	Poder adquisitivo per cápita	4	8	4	8	3	6
3	Volumen de importación	3	9	5	15	4	12
3	Crecimiento de la importación	4	12	4	12	5	15
1	Exportación desde país de origen	4	4	3	3	2	2
2	Barreras arancelarias	4	8	5	10	4	4
1	Barreras no arancelarias	2	2	3	3	4	4
3	Riesgos comerciales	3	9	4	12	3	9
1	Facilidad para hacer negocios	3	3	2	2	2	2
2	Transparencia y corrupción	3	6	3	6	2	4
	TOTAL		67		79		62

Coeficiente 1: No se aplica
 Coeficiente 2: Menos importante
 Coeficiente 3: Importante
 Coeficiente 4: Muy importante

1: Valoración muy desfavorable
 2: Valoración desfavorable
 3: Valoración neutra
 4: Valoración favorable
 5: Valoración muy favorable

Alternativas Formas de entrada Mercados Exteriores

EXPORTACIÓN DIRECTA

- VENTA DIRECTA A CLIENTE FINAL
- VENTA A GRANDES DETALLISTAS
- VENTA A TRAVÉS DE INTERNET

EXPORTACIÓN INDIRECTA

- AGENTE COMERCIAL
- DISTRIBUIDOR/IMPORTADOR/MAYORISTA
- TRADING COMPANIES

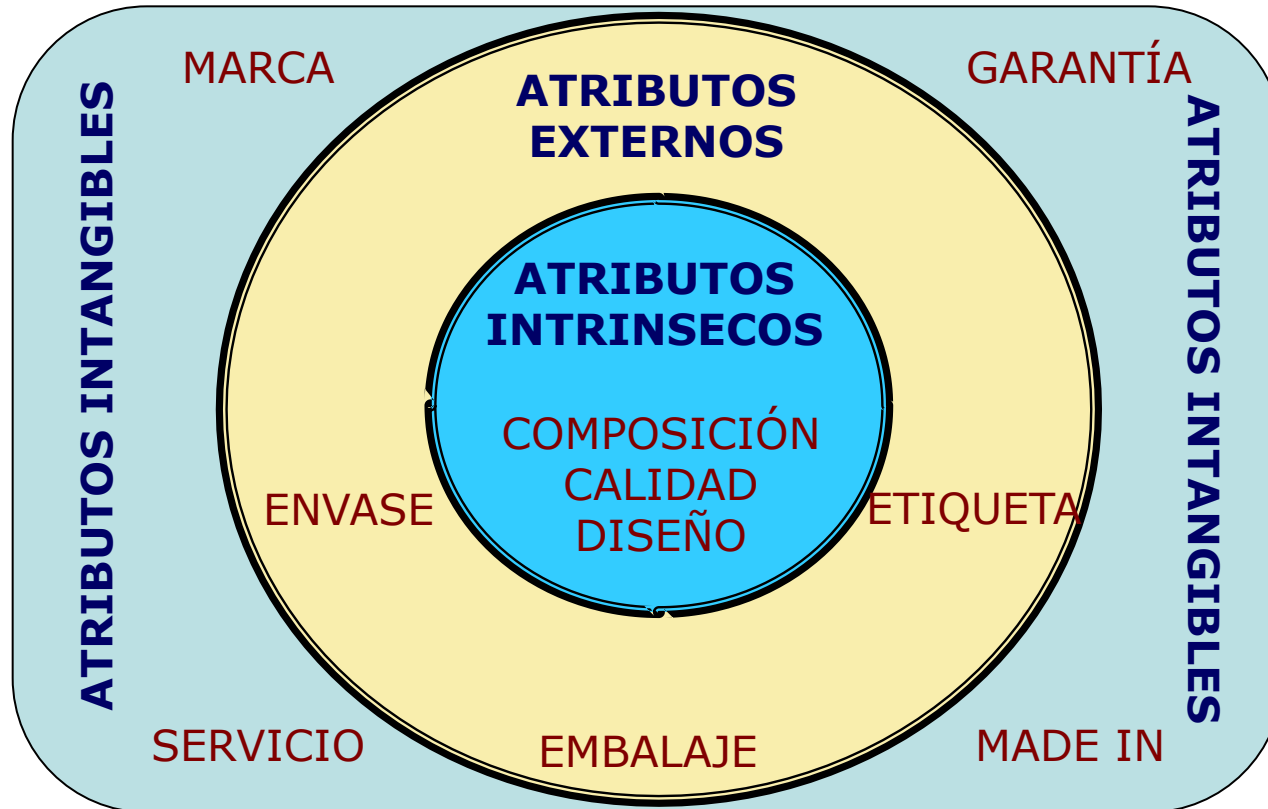
ACUERDOS DE COOPERACIÓN (*Partnerships*)

- PYGGY-BACK
- CONSORCIOS DE EXPORTACION
- JOINT-VENTURE
- LICENCIA
- FRANQUICIA

IMPLANTACIÓN EXTERIOR

- DELEGACION COMERCIAL
- FILIAL COMERCIAL
- FILIAL DE PRODUCCIÓN

Atributos del Producto



Adaptación de la composición en las hamburguesas MacDonald's

Hamburguesa Vegetariana
(Alemania)



Hamburguesa con salsa, frijoles y queso
(México)



Hamburguesa de patatas y guisantes (India)



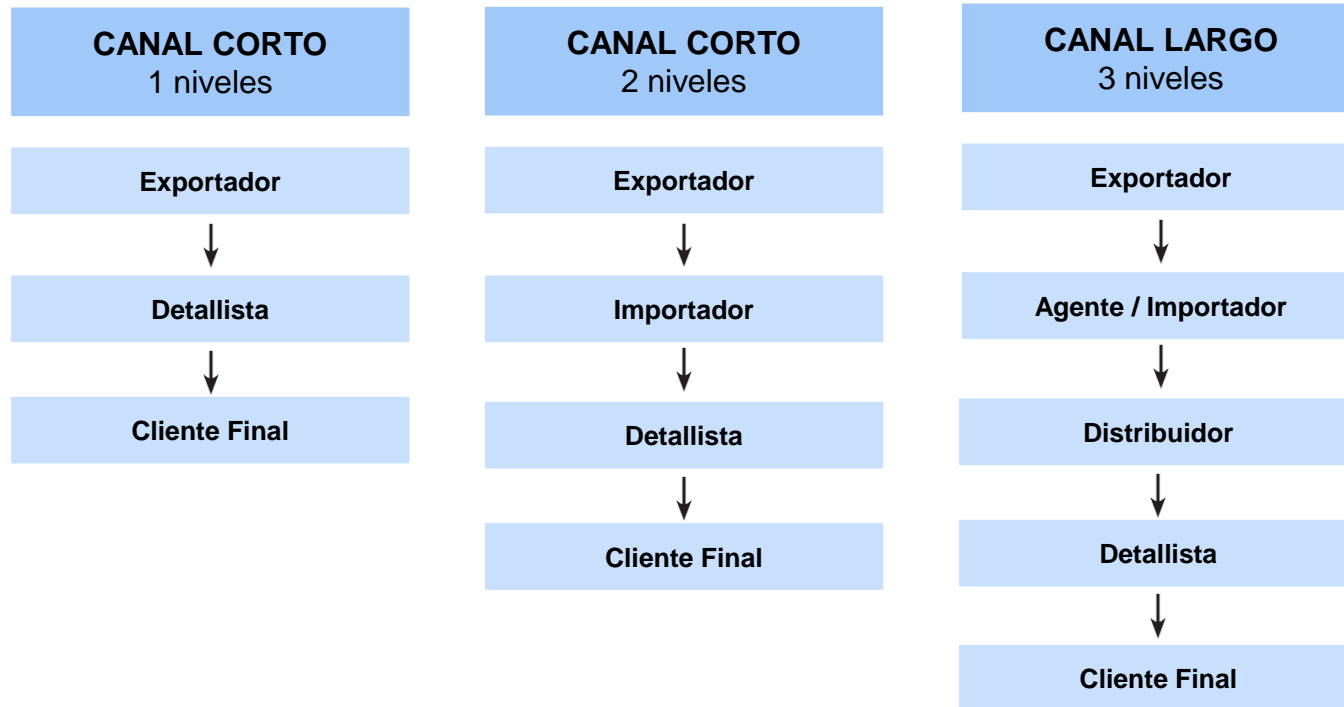
Hamburguesa de filete de pollo (Arabia Saudita)



Proceso para fijar Precios Internacionales De abajo a arriba



Longitud de distribución internacional



Entorno y comunicación internacional



Ejemplos de logotipos que trascienden la marca

Nike



Mercedes



Twitter



Osborne



Tio Pepe



Gallo



Materiales de Marketing Internacional

En el portal Globalnegotiator.com están disponible los siguientes materiales sobre marketing internacional:

[Libro de Marketing Internacional \(220 pg.\)](#)

[Libro Casos de Marketing Internacional \(114 pg.\)](#)

[eBook Guía de Respuestas a los Casos de Marketing Internacional \(56 pg.\)](#)

[Presentación Power Point Marketing Internacional \(90 diapositivas\)](#)

También puede accederse al servicio [TradeLibrary \(Biblioteca online de Comercio Internacional\)](#) con más de 400 publicaciones y documentos sobre negocios y comercio internacional (libros, casos, guías país modelos de contratos y documentos, artículos, etc.)

