

ESTRATEGIAS DE MARKETING INTERNACIONAL

REALIZADA POR
DIANA RAMÍREZ

UNICISO
WWW.PORTALUNICISO.COM

© - Derechos Reservados UNICISO



MARKETING INTERNACIONAL

EVENTOS Y TENDENCIAS EN EL MUNDO

- ❖ Crecimiento de la Organización mundial del comercio.
- ❖ Aceptación de los tratados libres de comercio.
- ❖ Gran impacto generado por Internet.
- ❖ Crecimiento de los mercados globales.
- ❖ Las ganancias en el exterior son mayores que las locales.
- ❖ Creación de empresas multinacionales.
- ❖ Intensificación de la competencia interna.



¿QUÉ ES EL MARKETING INTERNACIONAL?

Son las actividades comerciales diseñadas para planificar (*plan*), promover (*promote*), fijar precio (*price*) y dirigir (*direct*) el flujo de los bienes y servicios de una empresa a sus consumidores en más de una nación con fines de lucro. (Philip Cateora, 2009).



¿QUÉ HACE LA DIFERENCIA ENTRE EMPRESAS?

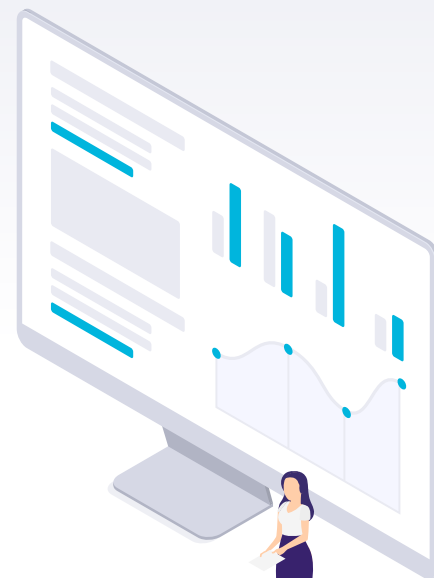
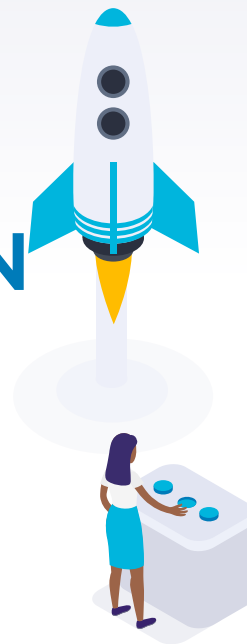


La diferencia es el **ambiente**, con factores como:


- ❖ Competencia
- ❖ Limitaciones legales
- ❖ Clima
- ❖ Control gubernamental
- ❖ Consumidores cambiantes
- ❖ Restricciones tecnológicas
- ❖ Problemas de infraestructura
- ❖ Cultura
- ❖ Política

1

FACTORES QUE FAVORECEN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE UNA MANERA MÁS EFICAZ



UNICISO
WWW.PORTALUNICISO.COM

- 
- **Compañías con mayor tecnología y/o recursos en marketing.**
 - **Mercados domésticos** pequeños con mayor capacidad de producción.
 - **Gerentes conectados internacionalmente** para acelerar los procesos.

(Philip Cateora, 2009)



ESTRATEGIAS DE MARKETING

ESTRATEGIA DE ADAPTACIÓN

La empresa adapta el producto dependiendo de cada país, ya que hay **diferencias como legales o culturales que pueden afectar.**

EJEMPLO

Disney en París tuvo que adicionar a personajes emblemáticos como Mary Poppins y Aladdín, así mismo en sus restaurantes más platos con salchichas y vino, lo cual es tradicional allí.



ESTRATEGIAS DE MARKETING

ESTRATEGIA DE ESTANDARIZACIÓN

Consiste en **homogenizar el gusto de los clientes** y se establece el mismo producto en varias naciones.

EJEMPLO

La empresa **LEGO**, la cual es fabricante de juegos infantiles, comercializa el mismo producto casi idéntico en todos los países.



ESTRATEGIAS COMPETITIVAS EN DIFERENCIACIÓN

DIFERENCIACIÓN

La compañía busca su propia **ventaja competitiva**.

EJEMPLO:

Apple se ha posicionado como una empresa que a pesar de sus costos, sus consumidores lo asocian con equipos de gran rendimiento y diseños innovadores.



ESTRATEGIAS COMPETITIVAS EN CRECIMIENTO

PROFUNDIDAD

Incrementar ventas a clientes ya existentes, debido a que generar unos nuevos es más costoso.

EJEMPLO:

Zara crea otro mercado el igual es de Zara Home, con eso los clientes allí no sólo adquieren su ropa sino que también accesorios para su hogar.

CRECIMIENTO EN SUPERFICIE

La compañía genera estrategias para obtener nuevos clientes.

EJEMPLO:

Domino's Pizza creo la estrategia de que el domicilio sería entregado en menos de 30 minutos.



ESTRATEGIAS COMPETITIVAS EN CRECIMIENTO

SEGMENTACIÓN

La compañía se vuelve líder en el mercado gracias a su **especialización**.

EJEMPLO:

BMW tiene segmentado a sus clientes demográficamente según sus niveles de ingreso, debido a que quieren compradores interesados en coches de lujo.

NUEVOS MERCADOS

Si la compañía ya tiene buenos ingresos en dos naciones, busca una **nueva para generar más clientes**. (García, 2016)

EJEMPLO:

Netflix se fundó a inicios de los 2000's pero es hasta el 2010 que comenzó a ampliar su **mercado internacional** comenzando con Canadá. Ya para 2016 aumento su presencia en más de 130 países.



PARA RECORDAR

- ❖ Cada **cultura es diferente** y por eso debes de ser tolerante al momento de ingresar tu producto a cada nación.
- ❖ Estudia **la cultura, política, historia y tendencias sociales** de donde entraras.
- ❖ Continúa monitoreando ya que **el cambio es constante hoy en día.**

REFERENCIAS

García, D. (20 de Octubre de 2016). EALDE Business School . EALDE.

Philip Cateora, M. C. (2009). International Marketing, Chapter 1. McGraw-Hill School Education Group.

UNICISO
WWW.PORTALUNICISO.COM

SÍGUENOS:



© - Derechos Reservados UNICISO

CITA DE LA GUÍA

Ramírez, D. (2019) Estrategias de marketing internacional. UNICISO. Disponible en: www.portaluniciso.com

UNICISO
WWW.PORTALUNICISO.COM

SÍGUENOS:



© - Derechos Reservados UNICISO

CRÉDITOS

Special thanks to all the people who made and released these awesome resources for free:

- ▶ Presentation template by [SlidesCarnival](#)
- ▶ Illustrations by [Sergei Tikhonov](#)
- ▶ Photographs by [Unsplash](#)