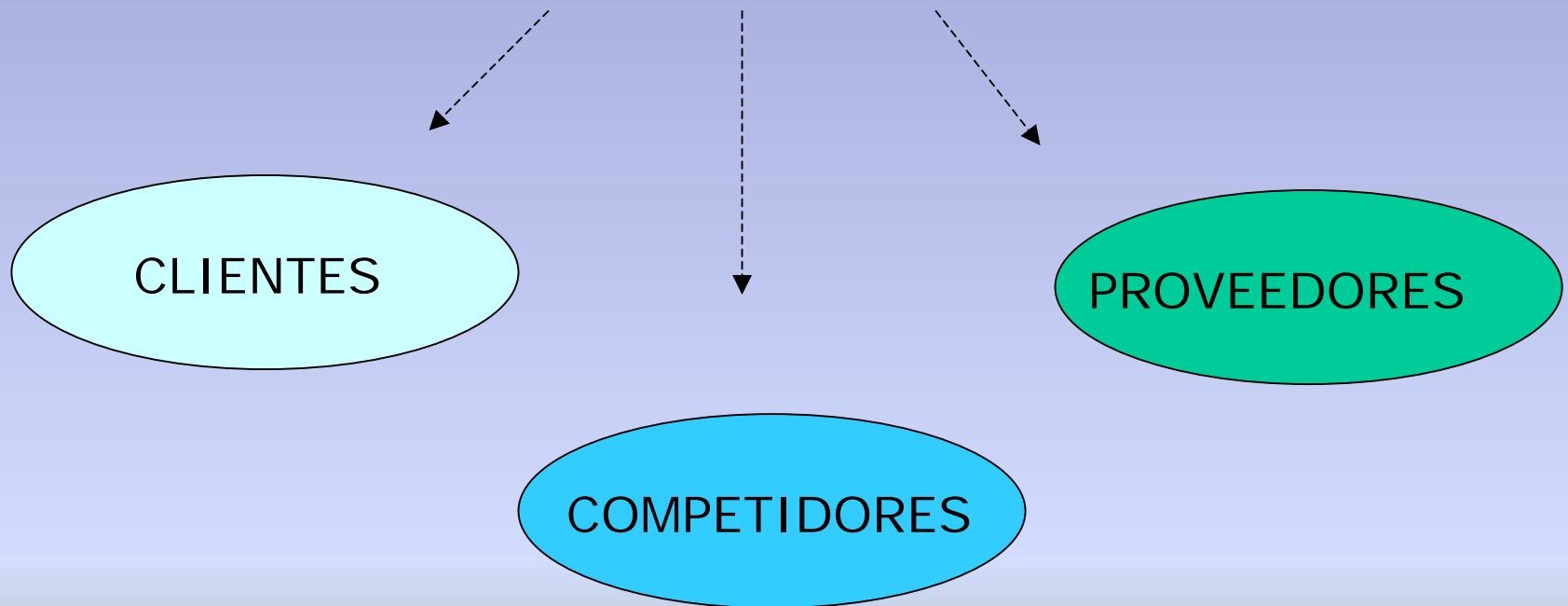


Cómo desarrollar una adecuada Estrategia Exportadora



GLOBALIZACION

CAMBIO EN LAS ESTRUCTURAS COMPETITIVAS

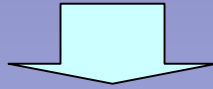


O
B
T
E
N
E
R

U
N

B
E
N
E
F
I
C
I
O

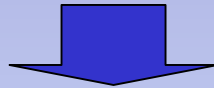
ESTRATEGIA EXPORTADORA



MARKETING INTERNACIONAL



**ACTIVIDADES DE NEGOCIOS QUE PERMITEN LA
COMERCIALIZACION DE BIENES / SERVICIOS**



DE UNA EMPRESA A OTRA

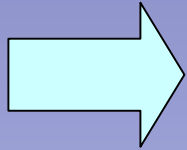


DE UN PAIS A OTRO

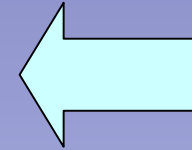
- ADAPTAR (O NO) MI PRODUCTO (PROC. PRODUCTIVO)
- FORMULACION DEL PRECIO / COSTO DE "X"
- DESARROLLO DE CADENA LOGÍSTICA
- ESTABLECER ACTIVIDADES DE MKTG INTL
- INCORPORACION DE STEMAS DE CALIDAD
- DETERMINACION DEL MEDIO DE PAGO
- STEMAS DE COMUNICACIÓN CONSTANTE CON MIS
CLIENTES
- MARCO LEGAL

ENTORNO INTERNACIONAL





CLAVE



ESTRATEGIA EXPORTADORA

INTERPRETAR EFECTIVAMENTE LA INFLUENCIA
Y LA REPERCUSION DE CADA UNO DE LOS ELEMENTOS
INCONTROLABLES DEL ENTORNO SOBRE EL
PLAN DE MARKETING
PARA CADA MERCADO EXTERNO

PROCESO DE INTERNACIONALIZACION

ETAPA 1



- ANALISIS PRELIMINAR

- ARMONIZACION DE NECESIDADES DE LA EMPRESA

ETAPA 2



- ADAPTACION DEL MIX DE MARKETING A LOS MERCADOS EXTERNOS

ETAPA 3



- DESARROLLO DEL PLAN DE MARKETING

ETAPA 4



- IMPLEMENTAC. Y CONTROL

PROCESO DE INTERNACIONALIZACION

ETAPA 1

- **ANALISIS PRELIMINAR**
- **ARMONIZACION DE NECESIDADES DE LA EMPRESA**

1. **FOLOSOFIA**
2. **OBJETIVOS**
3. **RECURSOS**
4. **ORGANIZACIÓN**
5. **SITUACION FINANCIERA**
6. **HABILIDADES DE DIRECCION**
7. **PRODUCTOS**

**PERFIL DE LA
EMPRESA**

PROCESO DE INTERNACIONALIZACION

ETAPA 1

RESTRICCIONES DEL PAÍS DE ORIGEN

1. POLITICAS
2. LEGALES
3. ECONOMICAS
4. TECNOLOGIA
5. CULTURA
6. ESTRUCTURA DE DISTRIBUCION
7. GEOGRAFIA

PROCESO DE INTERNACIONALIZACION

ETAPA 2

- **ADAPTACION DEL MIX DE MKTG A LOS MERCADOS OBJETIVOS**

1. **ADAPTACION**
2. **NOMBRE DE LA MARCA**
3. **CARACTERISTICAS**
4. **ENVASE**
5. **SERVICIOS**
6. **GARANTÍAS**

PRODUCTO

PROCESO DE INTERNACIONALIZACION

ETAPA 2

- ADAPTACION DEL MIX DE MKGT A LOS MERCADOS OBJETIVOS

1. CRÉDITOS
2. DESCUENTOS



PRECIO

PROCESO DE INTERNACIONALIZACION

ETAPA 2

- **ADAPTACION DEL MIX DE MKTNG A LOS MERCADOS OBJETIVOS**

1. PUBLICIDAD
2. VENTA PERSONAL
3. MEDIOS
4. MENSAJES

PROMOCION

PROCESO DE INTERNACIONALIZACION

ETAPA 2

- **ADAPTACION DEL MIX DE MKTG A LOS MERCADOS OBJETIVOS**

1. **CANALES**
2. **LOGISTICA**

DISTRIBUCION

PROCESO DE INTERNACIONALIZACION

ETAPA 3

- **DESARROLLO DEL PLAN DE MARKETING**

- ✓ **ANALISIS DE LA SITUACION**
- ✓ **OBJETIVOS Y METAS**
- ✓ **ESTRATEGIA Y TACTICAS**
- ✓ **PRESUPUESTOS**
- ✓ **PROGRAMAS DE ACCION**

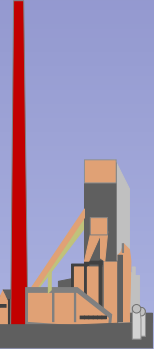
PROCESO DE INTERNACIONALIZACION

ETAPA 4

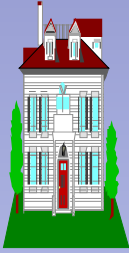
- **IMPLEMENTACION Y CONTROL**

- ✓ **OBJETIVOS**
- ✓ **STANDARES**
- ✓ **ASIGNACION DE RESPONSABILIDADES**
- ✓ **MEDICION DE RESULTADOS**
- ✓ **CORRECCION DE ERRORES**

Vendedor



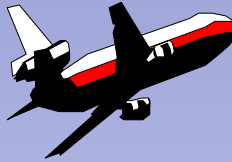
Ad. Exp.



TC



Puerto

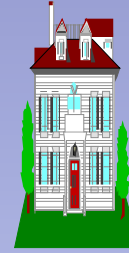


TC

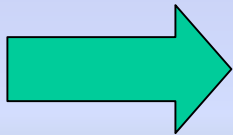
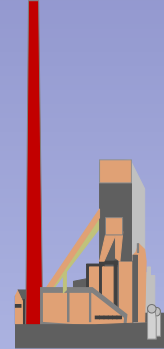


Puerto

Ad. Imp.



Comprador



RESPONSABILIDAD...?

FUNDACION
EXPORT AR



Nota: El material del Seminario podrá consultarse en el web-site de ABA
(www.aba-argentina.com)

