



Cómo Desarrollar una Adecuada Estrategia Exportadora



FUNDACION

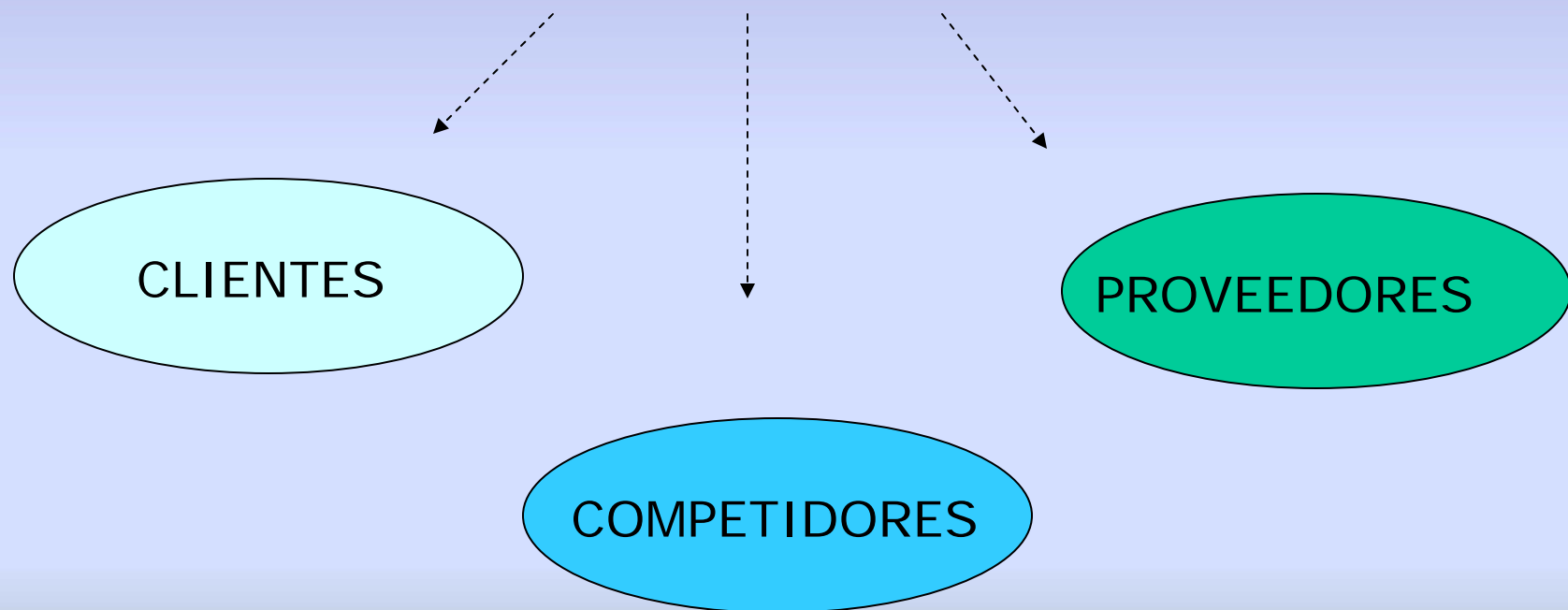
EXPORT

AR



GLOBALIZACION

CAMBIO EN LAS ESTRUCTURAS COMPETITIVAS

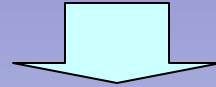


O
B
T
E
N
E
R

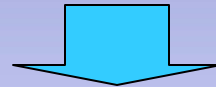
U
N

B
E
N
E
F
I
C
I
O

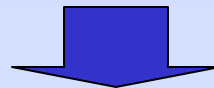
ESTRATEGIA EXPORTADORA



MARKETING INTERNACIONAL



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



DE UNA EMPRESA A OTRA



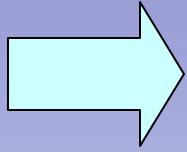
DE UN PAIS A OTRO

I N T E R N A C I O N A L I Z A C I O N

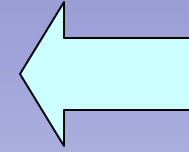
- ADAPTAR (O NO) MI PRODUCTO (PROC. PRODUCTIVO)
- FORMULACION DEL PRECIO / COSTO DE "X"
- DESARROLLO DE LA CADENA LOGÍSTICA
- ESTABLECER ACTIVIDADES DE MKTG INTL
- INCORPORACION DE SISTEMAS DE CALIDAD
- DETERMINACION DEL MEDIO DE PAGO
- SISTEMAS DE COMUNICACIÓN CONSTANTE CON MIS CLIENTES
- MARCO LEGAL

ENTORNO INTERNACIONAL





CLAVE



ESTRATEGIA EXPORTADORA

INTERPRETAR EFECTIVAMENTE LA INFLUENCIA
Y LA REPERCUSION DE CADA UNO DE LOS
ELEMENTOS INCONTROLABLES DEL ENTORNO A
TRAVES DEL

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 PARA INGRESAR A 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. FILOSOFIA
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. TECNOLOGICAS
5. CULTURALES
6. ESTRUCTURA DE DISTRIBUCION
7. GEOGRAFIA

PROCESO DE INTERNACIONALIZACION

ETAPA 2

- **ADAPTACION DEL MIX DE MKTG PARA INGRESAR A 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 MKTG PARA INGRESAR A MERCADOS OBJETIVOS

1. CRÉDITOS
2. DESCUENTOS

PRECIO

PROCESO DE INTERNACIONALIZACION

ETAPA 2

- **ADAPTACION DEL MIX DE MKTG PARA INGRESAR A MERCADOS OBJETIVOS**

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

PROMOCION

PROCESO DE INTERNACIONALIZACION

ETAPA 2

- **ADAPTACION DEL MIX DE MKTG PARA INGRESAR A 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
- ✓ ESTANDARES
- ✓ ASIGNACION DE RESPONSABILIDADES
- ✓ MEDICION DE RESULTADOS
- ✓ CORRECCION DE ERRORES

FUNDACION

EXPORT

AR

