



MARKETING INTERNACIONAL

**PRÁCTICAS, EJERCICIOS Y
ACTIVIDADES**

TEMA 1

Autora: Lucía Mediano

PRÁCTICAS, EJERCICIOS Y ACTIVIDADES

TEMA 1

1. Caso Empresa: López Echeto

Lea el artículo que encontrará en este enlace

(http://www.infoalimentacion.com/noticias/2012/2/5719_las_piedras_chocolate_lopez_echeto_conquistan_amer.asp) y conteste a las

siguientes preguntas:

- a) ¿Qué actitud presenta esta empresa hacia la internacionalización?
- b) ¿Qué grado de control tiene López Echeto sobre la comercialización de sus productos en el exterior?
- c) ¿Qué estrategia de marketing internacional sigue esta empresa?
- d) ¿Cuáles son las razones para seleccionar el mercado latinoamericano?
- e) ¿Qué formas de entrada ha utilizado López Echeto en su proceso de expansión internacional?

2. Caso Empresa: Joselito

Lea el artículo que encontrará en este enlace

(http://www3.icex.es/icex/cda/controller/PageExportador/0,8723,6735394_6735490_6742676_4560478_4560296,00.html) y

conteste a las siguientes preguntas:

- a) ¿Qué actitud presenta esta empresa hacia la internacionalización?
- b) ¿Qué estrategia de marketing internacional sigue esta empresa?
- c) ¿Cuáles son las razones para seleccionar en primer lugar el mercado europeo?
- d) ¿Cómo afecta el país de procedencia de este producto a su internacionalización?
- e) ¿Qué formas de entrada ha utilizado principalmente Joselito en su internacionalización?

3. A partir de la lectura del siguiente artículo:

<http://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/observatorio2/REP2016664003.html>, sobre el Acuerdo Económico y Comercial Global (AECG) entre la UE y Canadá, más

conocido por sus siglas en inglés (CETA), reflexione sobre cómo puede afectar a las empresas y productos españoles.

RESPUESTAS PREGUNTAS TEMA 1

Con estos casos se pretende que el/la estudiante tenga una visión general de las diferentes funciones que comprende la gestión de marketing internacional (en la que se profundizará posteriormente), contestando a una serie de preguntas cuyas respuestas incluimos a continuación.

Respuestas Caso Empresa 1

- a) En un principio, esta empresa presenta una actitud pasiva, ya que la salida al exterior se produce al recibir pedidos de clientes extranjeros, que no se han buscado activamente. En la actualidad, sin embargo, la actitud es activa, ya que se buscan nuevos clientes y nuevos mercados. La experiencia internacional hace que se busquen activamente oportunidades en el exterior.
- b) Inicialmente, el control es mínimo o nulo, ya que exportan a través de intermediarios y desconocían cómo y dónde se vendían sus productos. Actualmente, tienen un mayor control, ya que seleccionan ellos los distribuidores, la relación es más estrecha y pueden compartir información.
- c) Parece que es una estrategia con un elevado grado de estandarización, por lo menos en el producto.
- d) Es un mercado en crecimiento, los riesgos son asumibles y son muchos mercados independientes.
- e) Principalmente, intermediarios y distribuidores locales, que conocen los mercados, También tiene una joint venture en Colombia, donde pretenden consolidarse y aumentar las ventas. La empresa conjunta les permite compartir riesgos, reducir la inversión y aprovechar el conocimiento del país del socio local.

Respuestas Caso Empresa 2

- a) Inicialmente, pasiva. Recibe pedidos inesperados, que no ha buscado activamente. Actualmente, activa, seleccionando distribuidores, buscando nuevos mercados. Además, ha desarrollado una clara vocación hacia la internacionalización.

- b) Marketing estandarizado o global. Por las características del producto, la estandarización es necesaria para conservar sus particularidades, independientemente de que alguna variable del mix necesite alguna adaptación.
- c) Cercanía geográfica y cultural, además de no existir aranceles.
- d) España tiene una buena imagen en este producto y el "made in" favorable beneficia a Joselito. Igualmente, esta marca contribuye también a crear ese "made in" positivo, ya que es reconocida internacionalmente y se asocia con el país de procedencia. Efecto recíproco.
- e) Exportación indirecta, a través de distribuidores seleccionados.

Respuesta pregunta 3

El objetivo es ver cómo los acuerdos comerciales entre distintos países y/o grupos de países puede promover el comercio en esos mercados. En este caso, se recomienda buscar información adicional, para ver cómo puede impulsar los intercambios comerciales de las empresas españolas de diferentes sectores con Canadá.