



MARKETING INTERNACIONAL

**PRÁCTICAS, EJERCICIOS Y
ACTIVIDADES**

TEMA 3

Autora: Lucía Mediano

PRÁCTICAS, EJERCICIOS Y ACTIVIDADES

TEMA 3

1. Caso Empresa: Corvus Belli

Lea el artículo que encontrará en este enlace

(http://www3.icex.es/icex/cda/controller/PageExportador/0,8723,6735394_6735508_6744019_0_4696112,00.html) y conteste a las

siguientes preguntas:

- a) ¿Qué actitud presenta esta empresa hacia la internacionalización?
- b) ¿Qué razones han impulsado la internacionalización de Corvus Belli?
- c) ¿Qué herramienta han utilizado principalmente para analizar el mercado?

2. Caso práctico: La empresa FERRINEX, dedicada a la fabricación de piezas metálicas para componentes industriales está pensando iniciar su expansión internacional en Alemania. Hasta el momento, no había tenido apenas relación con el mercado exterior, salvo algún pedido esporádico recibido de Estados Unidos. Sin embargo, la gran calidad de sus productos, que convierten a esta empresa en líder en su mercado doméstico, unida a la caída de la demanda que ha experimentado el sector en los últimos años, han hecho que FERRINEX se plantee su internacionalización. Sus productos presentan un elevado potencial de internacionalización, se dirigen a un mercado industrial donde las posibilidades de estandarización son elevadas y, además, muchas de sus empresas clientes en España están también presentes en Alemania.

- a) ¿Qué actitud hacia la internacionalización presentaba esta empresa en un principio? ¿Y en estos momentos?
- b) ¿Qué razones impulsan la internacionalización de esta empresa?
- c) Teniendo en cuenta la etapa del proceso de internacionalización de FERRINEX, ¿Sería recomendable una primera entrada en Alemania con fórmulas de inversión directa y con un gran compromiso de recursos?
- d) ¿Qué aspectos debería sopesar esta empresa antes de decidir si es conveniente o no iniciar el proceso de internacionalización?

RESPUESTAS PREGUNTAS TEMA 3

Respuestas Caso Empresa: Corvus Belli

- a) Actitud activa, desde el momento de la creación estaba orientada a la internacionalización.
- b) Por las características de su producto, muy especializado, dirigido a un segmento muy concreto y con un tamaño pequeño en el mercado doméstico, era necesario estar presente en diferentes mercados, para conseguir ser rentables. Además, es un producto con un elevado potencial de internacionalización en ese segmento, ya que las demandas son muy similares en todos los países.
- c) Principalmente, Internet, lo que le ha permitido encontrar clientes y distribuidores.

Respuestas caso práctico

- a) En un principio pasiva (pedidos no buscados) y actualmente activa.
- b) Varias razones:
 - Potencial de internacionalización de su producto.
 - Liderazgo en el mercado doméstico (preparada para competir en el exterior)
 - Recesión en su mercado de origen.
 - Producto de calidad y dirigido a un mercado industrial, que, en principio, ofrece más posibilidades de estandarización.
 - Efecto buque-insignia (muchos de sus clientes locales están en Alemania).
- c) FERRINEX se encuentra en una etapa inicial de su proceso de internacionalización y aunque, en principio, no se recomienda en estos casos una elevada implicación, hasta ver cómo se van asentando posiciones, cada empresa debe analizar su situación particular y abordar esa decisión.
- d) Es necesario llevar a cabo un proceso de reflexión, que analice tanto la situación interna de la empresa, como las implicaciones derivadas de la internacionalización. Algunas cuestiones a considerar, serían las siguientes:
 - Recursos disponibles (financieros, humanos, productivos, de marketing...)
 - Conocimiento y experiencia internacional
 - Adecuación del producto
 - Ventajas derivadas de la internacionalización
 - Posibilidad de ayuda institucional



- Efectos de la internacionalización en las diferentes áreas de actividad de la empresa.
- Etc.