



MARKETING INTERNACIONAL

**PRÁCTICAS, EJERCICIOS Y
ACTIVIDADES**

TEMA 2

Autora: Lucía Mediano

PRÁCTICAS, EJERCICIOS Y ACTIVIDADES

TEMA 2

1. Después de ver el siguiente vídeo (<http://www.icex.tv/embed/index.php?MetaDataID=16700>) indique cómo afecta el entorno cultural a la internacionalización de la marca Adolfo Domínguez en Dubai.
2. Lea el siguiente artículo (http://www.vozpopuli.com/economia-y-finanzas/empresas/Estados-Unidos-aprueba-vino-azul-espanol-GIK-mercado_0_1057995181.amp.html) e indique cómo afecta el entorno legal a la comercialización de este vino en Estados Unidos.
3. Conteste a las siguientes preguntas relacionadas con el tema 2:
 - a) Indique cómo puede afectar el grado de desarrollo económico de un país y el tamaño de la unidad familiar a las actuaciones de marketing internacional de una empresa.
 - b) Una empresa que fabrica juguetes ha decidido iniciar su proceso de internacionalización en el mercado ruso. ¿Qué aspectos del entorno debería analizar? ¿Qué fases comprendería la investigación?
 - c) Una empresa cántabra que comercializa antxoas en conserva ha recibido un pedido de una empresa china, que solicita su producto, pero enlatado conjuntamente con una base de arroz. La empresa cántabra rechaza este pedido, por considerar que se pierden las propiedades de la antxoa. ¿Cómo se denomina esta reacción en marketing internacional?
4. Utilizando la información disponible en la página web del Instituto de Comercio Exterior (ICEX) www.icex.es intente realizar el siguiente análisis del entorno, para obtener, a través de la fase de investigación de despacho, información que le permita determinar las oportunidades de negocio que pueden existir para la introducción de aceite de oliva español en Japón.

RESPUESTAS PREGUNTAS TEMA 2

Respuesta pregunta 1

En el vídeo se analiza la experiencia de esta marca de moda en un mercado lejano, geográfica y culturalmente hablando. Entre las cuestiones que se abordan, y que sirven muy bien para ver diferentes aspectos de marketing internacional, se habla de las diferencias culturales y cómo influyen en el diseño de los productos, colores, tallas, la decoración de la tienda, la forma de venta... También se analizan formas de entrada, estrategias de precios...

Respuesta pregunta 2

Es un artículo que permite al lector/a ver las diferencias en el entorno legal de los distintos países, y cómo en este caso, lo que en un país está prohibido, en otro puede ser aceptado y cómo los factores del entorno legal doméstico e internacional interactúan, constituyendo un doble entorno para la empresa.

Respuestas pregunta 3

- a) El grado de desarrollo económico condiciona las demandas, las exigencias de los consumidores, el tipo de producto a comercializar, la forma de acceder al mercado... En entornos muy desarrollados la competencia suele ser elevada y muy preparada, el grado de innovación exigido muy alto y las demandas muy especializadas. Son entornos atractivos, con muchas oportunidades, pero que requieren también con un esfuerzo elevado. Cuando el desarrollo económico es menor, las exigencias y la formación de los consumidores también lo son, por lo que el tipo de producto que demanda suele ser de menor calidad y precio más bajo.

El tamaño de la unidad familiar afecta especialmente a la política de producto. Los envases y su tamaño, se adaptan así a familias monoparentales, familias sin hijos, familias numerosas..., que demandan cantidades "a medida" de sus necesidades. El número de miembros de la unidad familiar influye también en las decisiones de compra, ya que éstas pueden estar condicionadas por la opinión de más o menos personas.

b) Entorno económico: nivel adquisitivo del país, volumen de negocio del mercado del juguete y previsiones, gasto anual en juguetes, gasto medio por familia...

Entorno demográfico: tamaño de la población, porcentaje de niños sobre el total de la población, tasas de natalidad, número de niños por familia...

Entorno social y cultural: gustos y costumbres en la utilización de juguetes, tipo de juegos y juguetes utilizados por la población infantil, nivel educativo...

Entorno político y legal: legislación específica en el mercado del juguete, aranceles, especificaciones técnicas a cumplir, normas medioambientales, restricciones a la importación...

Entorno específico: competidores (tipo de juguetes que comercializan, características, precios...) canales de distribución a utilizar, demandas de los clientes, proveedores...

c) Criterio de autorreferencia.

Respuesta pregunta 4

A continuación, se detalla una guía para obtener la información que se precisa para llevar a cabo el análisis. El objetivo de esta actividad es aprender a "moverse" por la página del ICEX (www.icex.es) y buscar información a través de los diferentes apartados que la conforman. Se recomienda localizar la ficha país de Japón, buscar información en el apartado de países, en el de sectores y acceder a los documentos ya elaborados. Con la información obtenida se pueden establecer unas primeras conclusiones sobre la oportunidad de negocio en este caso concreto.

ANÁLISIS DEL ENTORNO. INVESTIGACIÓN DE DESPACHO: Oportunidades de negocio para la introducción de aceite de oliva en Japón

a) Entorno económico y demográfico:

- Datos generales, importaciones, exportaciones, renta per cápita, tamaño familiar...

b) Entorno social y cultural:

- Gustos, costumbres, aspectos sociales...etc., que puedan afectar a la compra de este producto y a las estrategias de marketing internacional.

- Hábitos de consumo, tipo de aceite más utilizado, frecuencia de compra...
 - Efecto "made in"
- c) Entorno político y legal:
- Aranceles
 - Normas sanitarias
 - Requisitos de importación
 - Normativa específica
- d) Entorno específico:
- Datos de consumo, tamaño del mercado
 - Características de los clientes y demandas específicas
 - Competencia existente
 - Canales de distribución