



Innovación que transforma vidas.

**Curso: Desarrollo de negocios internacionales**

**Tema 5. Estrategias internacionales**

# Tema 5. Estrategias internacionales



# Estrategias internacionales

- La globalización de la economía ha aumentado en forma drástica y acelerada.
- Las empresas se ven inmersas en la globalización debido a que los insumos de materiales, equipos y maquinaria que utilizan pueden provenir de muy diversos países.



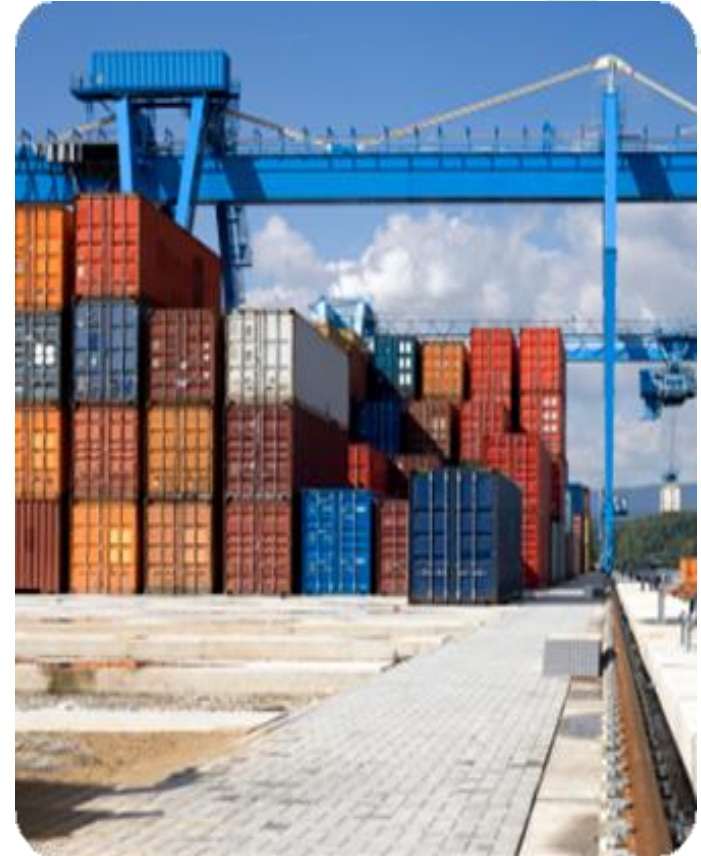
# Factores relevantes para la exportación

- Marca

Concede el derecho exclusivo a una compañía de utilizar un signo o símbolo para la identificación de un producto o un servicio en el mercado.

- Producto

Producto que se utilice para contener, proteger, distribuir y presentar información de la mercancía, etc.



# Estrategias de ingreso a los mercados locales

## Exportación

- Expansión del mercado hacia otros países.

## Licenciamiento

- Convenio de compra de los derechos para fabricar un producto de otra empresa en el mercado local a cambio de una cuota.

## Franquiciamiento

- Convenio con compromisos a largo plazo y donde también se obliga al franquiciatario a adherirse a las reglas de negocio.

(Adaptada de Hill, 2011).

# Estrategias de ingreso a los mercados locales

## *Joint ventures*

- Convenio entre dos empresas, donde una extranjera ingresa a un mercado local a través de la empresa local.

## **Subsidiarias en propiedad total**

- La empresa matriz posee el 100% de las acciones de la subsidiaria y tiene el control total.

(Adaptada de Hill, 2011).

# Factores relevantes para la exportación



- Promoción

Comunicación entre el vendedor y el cliente potencial, para informar, recordar y persuadir a que realice la compra.

(Daniels, 2013).

# Definición del producto o servicio, aspectos relevantes



## Capacidad económica

Capacidad de reducir los costos de exportación mediante el costeo directo, el cual consiste en utilizar un sistema de costos que considere únicamente los costos variables consecuentes de las nuevas operaciones de exportación, para hacer que los costos fijos sigan siendo absorbidos por el mercado interno.



# Definición del producto o servicio, aspectos relevantes

## Capacidad física

Identificar el excedente actual en la capacidad productiva de la empresa. Sí no existe disponibilidad de los recursos productivos hay que re-planear y tal vez retroceder. Sí efectivamente la empresa tiene capacidad ociosa, hay que asegurarse de que no sea algo temporal y se debe estar preparado para invertir en maquinaria en caso de ser necesario (sucede mayormente con los bienes tangibles).



# Definición del producto o servicio, aspectos relevantes



## Capacidad financiera

La empresa que desee exportar debe contar con recursos financieros para llevar a cabo una estrategia de comercialización internacional. Sus finanzas deben ser sanas y debe tener liquidez y capacidad crediticia para eventualidades.

# Definición del producto o servicio

## Capacidad administrativa

La actividad de exportación debe estar a cargo de personas calificadas y de preferencia con experiencia previa en el área.





# Programas de fomento a la exportación del gobierno mexicano

1. Programa para el Fomento de la Industria Manufacturera, Maquiladora y de servicios de Exportación (IMMEX, antes llamado Maquiladora). (SE-IMMEX, 2014).
2. Empresas de Comercio Exterior (ECEX). (SE-ECEX, 2014).
3. Empresas altamente exportadoras (ALTEX). (SE-ALTEX, 2014).
4. Devolución de impuestos de importación a los exportadores (DRAWBACK). (SE-DRAWBACK, 2014).
5. Programas de Promoción Sectorial (PROSEC). (SE-PROSEC, 2014).
6. Mecanismo de la Regla Octava (SE-Marco Normativo, 2006).

# Funciones de negocios internacionales

*Marketing*  
internacional

Cadena de  
suministro

Logística  
internacional

# Estrategia de *marketing* internacional

- ✓ Existencia de oportunidades para sus productos o servicios en los mercados internacionales.
- ✓ Saturación de los mercados domésticos.



# Estrategia de *marketing* internacional



- ✓ Existencia de una ventaja comparativa en su entorno nacional, incluyendo por ejemplo recursos naturales y humanos.
- ✓ Existencia de una ventaja tecnológica debido a los esfuerzos por parte del gobierno o las corporaciones en investigación y desarrollo.

# Objetivos del abastecimiento estratégico del exterior

- ✓ Reducir costos.
- ✓ Mejorar la administración interna de las empresas.
- ✓ Reducir tiempos de diseño y producción.
- ✓ Obtener flexibilidad a largo plazo.
- ✓ Reaccionar con mayor rapidez a los cambios solicitados por el mercado.





# Elementos de la logística internacional

## Transportación

Se refiere a la forma de hacer llegar el producto al usuario o cliente.

- Transporte aéreo
- Transporte marítimo
- Transporte terrestre
- Transporte multimodal



# Elementos de la logística internacional



## Tramitación aduanal

Son todas las operaciones de comercio exterior en las que interviene la aduana de un país. Algunas de estas operaciones son las siguientes:

- Importaciones
- Exportaciones
- Tránsitos
- Envío y recepción de equipajes no acompañados y diplomáticos
- Rezagos de mercaderías
- Revisión de mercancía
- Otros

# Elementos de la logística internacional

## Seguros y fianzas

Es indispensable que los exportadores e importadores protejan sus intereses comerciales, por lo que conviene que los envíos estén asegurados contra los riesgos de transporte.

En algunos países la obtención de una póliza de seguro es obligatoria.



# Elementos de la logística internacional



## Formas de pago internacionales


Es importante escoger la forma de pago más conveniente según la naturaleza del envío. Algunas de las posibilidades para ello son las siguientes:

- Carta de crédito
- Cheques
- Giro bancario
- Otras

# Créditos

- Experto de contenido: Armando de Jesús López Sánchez
- Diseñadora instruccional: Alejandra Laura Govea Garza
- Diseñadora gráfica: María Enriqueta López Galván
- Programador: Hugo Arnulfo Aguilar Bugarin
- Administradora del proyecto: Adriana M. González González
- Directora del proyecto: Laura Asela Serrano Corral

**Dirección de Innovación**  
**Vicerrectoría de Formación Ejecutiva y Adultos**  
**Tecmilenio Online**  
**Universidad Tecmilenio**



***La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACION SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.***

***El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.***

***Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.***