

Contenido

Prefacio	ix
Introducción	1
1 Las personas	6
Segmentación	11
La negociación	13
Las ventas	15
Lista de verificación: para estar preparado	16
Bibliografía y Lecturas recomendadas	18
2 El proceso	20
Niveles de competitividad	25
Ventas de exportación	26
Exportación con la presencia técnica local	27
La internacionalización más allá de las exportaciones	28
Asuntos sobre inversiones	31
Listado de verificación: hay que estar preparado	32
Bibliografía y lecturas recomendadas	33
3 El poder	35
El poder empresarial, ¿transferible?	35
El poder del mercado, ¿es mensurable?	40
El poder de mercado de los bloques comerciales	41
Lista de verificación: hay que estar preparado	45
Bibliografía y lecturas recomendadas	46

4	El producto y el servicio	48
	¿Productos de marca para un mercado global?	49
	Estandarización	50
	La adaptación	55
	La atención directa en la cultura local	58
	Lista de verificación: hay que estar preparado	62
	Bibliografía y lecturas recomendadas	64
5	La promoción y la publicidad	66
	Transferencias publicitarias	68
	Costos de origen para los mercados extranjeros	76
	La importancia de la publicidad no pagada y las relaciones públicas	77
	Lista de verificación: hay que estar preparado	82
	Bibliografía y lecturas recomendadas	83
6	Fijación de precios	85
	Llevar el producto o servicio al mercado externo	85
	Costos adicionales del extranjero	86
	Recuperación de los fondos del extranjero	89
	Posicionamiento para la competitividad	90
	Lista de verificación; hay que estar preparado	94
	Apéndice: INCOTERMS 1990	96
	Bibliografía y Lecturas recomendadas	97
7	Punto de venta y distribución	98
	Desplazando las mercancías de la planta a los mercados extranjeros	98
	Comparación de canales de distribución	101
	Percepciones del productor, de los intermediarios y del cliente	102
	Tendencias en el punto de venta y distribución	106
	Estrategias en el establecimiento de niveles de servicio a los clientes	109
	Lista de verificación: hay que estar preparado	112
	Bibliografía y Lecturas recomendadas	115

8	Planeación y control	117
	Los mercados externos pueden ser planeados y controlados	120
	Recursos de información necesarios	122
	Análisis y evaluación de la información sobre el mercado extranjero	129
	Un horizonte de inversión a más largo plazo	132
	Lista de verificación hay que estar preparados	134
	Bibliografía y lecturas recomendadas	135
9	Precedentes	138
	Políticos	138
	Legales	141
	Sociales	143
	Comerciales	145
	Lista de verificación: hay que estar preparado	146
	Bibliografía y lecturas recomendadas	147
	Bibliografía	149
	Índice	159