

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

**Instituto de Ciencias  
Económico  
Administrativas**



- Área Académica: Administración
- Tema: Entorno de la mercadotecnia internacional
- Profesor(a): M.M. Viridiana García Hideroa
- Periodo: Enero-Junio 2022

## Tema: Entorno de la mercadotecnia internacional

**Resumen** : La mercadotecnia internacional se ocupa fundamentalmente de llevar con éxito un bien o servicio a un mercado determinado en este caso a un mercado extranjero a fin de satisfacer las necesidades y deseos de los posibles clientes y consumidores, al mismo tiempo que logra cumplir con los objetivos empresariales.

**Palabras Clave:** mercadotecnia internacional, mercados, bienes y servicios

# Tema:

**Abstract:** International marketing is fundamentally concerned with successfully bringing a product or service to a given market, in this case a foreign market, in order to satisfy the needs and desires of potential customers and consumers, while achieving business objectives

Keywords: International marketing, market, products and services



# Objetivo General

Conocer el entorno de la mercadotecnia internacional, es decir, su definición, objetivos e importancia, para identificar las oportunidades de mercado con el fin de que las organizaciones desarrollen estrategias que les permitan posicionarse en mercados extranjeros.

# Objetivos Específicos

Conocer la definición de la mercadotecnia internacional

Identificar el objetivo principal de la mercadotecnia internacional, así como su importancia para las organizaciones.

# Introducción

La mercadotecnia internacional es una técnica que permite a las organizaciones, desarrollar estrategias para identificar las oportunidades que se encuentran fuera de su mercado doméstico, le permite posicionarme en segmentos de mercados con necesidades insatisfechas lo cual se ve reflejado en el desarrollo de un crecimiento económico y en el logro de los objetivos organizacionales

# Mercadotecnia internacional

- Para Lerma y Márquez (2020) la mercadotecnia internacional es un conjunto de conocimientos que tiene como fin promover y facilitar los procesos de intercambio de bienes, servicios, ideas y valores entre oferentes y demandantes de dos o mas países, con el fin de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes y consumidores, al mismo tiempo que las organizaciones logran sus propósitos respecto a ingreso, ganancia, servicio, ayuda o proselitismo, que son el motivo de su acción y existencia.



Fuente: [https://2.bp.blogspot.com/-5kLIDH8HGZE/V\\_PIRVkJUjI/AAAAAAAAcTw/67-UeoClhpkz7qK2s7cSwbMKqJWvAl8nACLcB/s1600/Mercadotecnia%2BInternacional.jpg](https://2.bp.blogspot.com/-5kLIDH8HGZE/V_PIRVkJUjI/AAAAAAAAcTw/67-UeoClhpkz7qK2s7cSwbMKqJWvAl8nACLcB/s1600/Mercadotecnia%2BInternacional.jpg)

# Objetivo

- Para Lerma y Márquez (2020), la mercadotecnia internacional surge como resultado de las necesidades de la empresa de gestionar operaciones en diversos mercados con entornos diferentes; a fin de alcanzar sus metas organizacionales, aprovechas las oportunidades y lograr un posicionamiento en los distintos mercados, lo que les permitira obtener un mayor desarrollo económico.



Fuente: <https://pmihome.files.wordpress.com/2019/05/mi.jpg>

# Importancia del marketing Internacional

- En la actualidad vivimos en un mundo global y, desde un punto de vista nacional, el aislamiento es imposible, la falta de participación en el mercado internacional acarrea un desarrollo económico menor para el país y repercute en un decremento del nivel de vida de la población, cabe mencionar que el marketing internacional conlleva la promesa de una mejor calidad de vida y de transacciones de negocios más eficientes.
- Por lo que su importancia no solo recae en los beneficios económicos para las organizaciones que desarrollan este tipo de estrategias si no que va más allá, debido a que se ve reflejado en la economía de los países, a mayor estrategias de mercadotecnia internacional se ejecuten, mayor será el ingreso para el país y la presencia que tenga en el mundo.



Fuente: [https://st.depositphotos.com/1679906/4174/v/600/depositphotos\\_41742001-stock-illustration-vector-eps-10-digital-world.jpg](https://st.depositphotos.com/1679906/4174/v/600/depositphotos_41742001-stock-illustration-vector-eps-10-digital-world.jpg)

# Factores de éxito en el marketing internacional

Contar con un producto vendible en el extranjero

Localizar un buen mercado para exportar

Hacer la promoción y contratación internacional requerida

Desarrollar eficientemente la logística de exportación

Fuente: Elaboración propia 2022

- Lerma y Márquez (2020), sugieren un modelo de 4 pasos para lograr el éxito en el comercio internacional, ellos consideran primordial el contar con un producto innovador que sea vendible en el mercado destino, respecto a este indican que es fundamental desarrollar un análisis que determine si existe una necesidad o deseo insatisfecho e identificar si tienen la capacidad de compra, por otro lado sostienen que es indispensable realizar labores de promoción exhaustivas para una penetración adecuada al mismo y desarrollar estrategias de distribución eficaces.

# Clasificación

- Según Kotler y Armstrong (2016), la mercadotecnia tiende a clasificarse, con la finalidad de desarrollar estrategias mas adecuadas a las necesidades del mercado y a los objetivos de las organizaciones, es así que podemos encontrar los siguientes:

Fuente: Elaboración propia 2022



Mercadotecnia  
Doméstica

Fuente:  
[https://info.bellisima.mx/hubfs/blog\\_3\\_junio\\_1024x1024.png](https://info.bellisima.mx/hubfs/blog_3_junio_1024x1024.png)



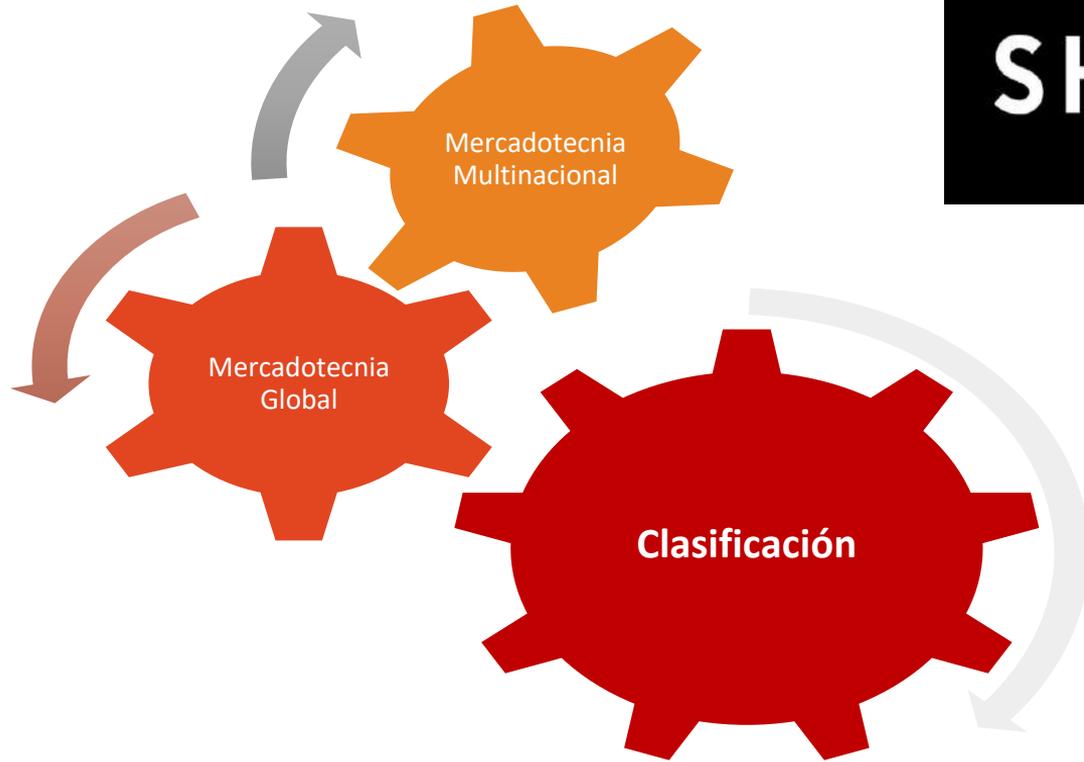
Mercadotecnia de  
Exportación

Fuente: [https://m.media-amazon.com/images/I/61PHUCmxRMS\\_AC\\_SX522\\_jpg](https://m.media-amazon.com/images/I/61PHUCmxRMS_AC_SX522_jpg)



Mercadotecnia  
Internacional

Fuente:  
<https://www.mcdonalds.com.mx/imagenes/layout/mcdonalds-logo-bg-red.png>



Fuente: <https://sintesis.com.mx/wp-content/uploads/2021/05/5f5b9947cd4f4.png>



Fuente: <https://tentulogo.com/wp-content/uploads/2017/06/cocacola-logo.jpg>

Fuente: Elaboración propia 2022

# Referencias Bibliográficas

- Lerma, A. y Márquez, E. (2020). Comercio y Marketing Internacional. México. Cengage Learning
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2016). Fundamentos de Mercadotecnia. México. Pearson Educación.