

Prefacio xi

PARTE I *Marco del marketing internacional* 1

- 1 Aspectos de la publicidad internacional 2**
 Panorámica de la obra 4 Los negocios internacionales 5 El marketing internacional y su creciente importancia 12 Marco del marketing internacional 15 Corporaciones multinacionales 16 Estrategias de ingreso 19 Conclusión 24 Resumen 24 Preguntas de repaso 25 Reto a la creatividad 25
- 2 Racional económico del comercio y los negocios globales 27**
 Teoría de la ventaja comparativa 28 El ciclo de vida del producto y el comercio internacional 33 Compartir la producción 34 Teoría de la internalización 35 Barreras comerciales y la liberación del comercio 36 Liberalización del comercio norteamericano 44 Las MNC y los mercados mundiales 46 Resumen 49 Preguntas de repaso 50 Reto a la creatividad 51

PARTE 2 *Perspectivas de los mercados internacionales* 53

- 3 Marketing global 54**
 El mercado global 55 Dimensiones del mercado global 65 Segmentación del mercado global 67 Resumen 79 Preguntas de repaso 79 Reto a la creatividad 80 Apéndice al capítulo 3 81
- 4 Investigación en marketing internacional 94**
 Significado de la investigación en marketing 96 El marco para la investigación en marketing internacional 97 Requerimientos de información de los mercadólogos internacionales 100 Recopilación de datos secundarios en el propio país 105 Investigación secundaria en el extranjero 108 Recolección de datos primarios 112 Organización para la investigación en marketing internacional 115 Sistemas de información del marketing internacional 116 Resumen 117 Preguntas de repaso 118 Reto a la creatividad 118 Apéndice al capítulo 4: Fuentes de datos secundarios 120

PARTE 3 *El campo de los negocios internacionales* 129

- 5 El sistema monetario internacional 130**
 El desarrollo del sistema monetario internacional de hoy 131 Intercambio de divisas extranjeras 137 Balanza de pagos 143 Problemas actuales y emergentes 145 Resumen 146 Preguntas de repaso 147 Reto a la creatividad 147
- 6 Finanzas y contabilidad internacionales 148**
 Implicaciones de las decisiones financieras para el marketing 149 Administración financiera multinacional 152 Realización de inversiones internacionales 156 Contabilidad internacional 157 Resumen 161 Preguntas de repaso 162 Reto a la creatividad 162

- 7 Acuerdos de mercado regionales 164**
 Efectos de los acuerdos de mercado en el marketing **165** Primeros intentos de una integración económica regional **167** Tipos de acuerdos de mercado **168** Acuerdos de mercado en vigor **169** Resumen **182** Preguntas de repaso **183** Reto a la creatividad **183**

PARTE 4 *Factores ambientales que afectan el marketing internacional* **185**

- 8 El entorno económico 186**
 El entorno macroeconómico **187** El entorno microeconómico **193** El entorno económico y la estrategia de marketing **195** Análisis de los entornos económicos **197** Oportunidades en el mundo en desarrollo **206** Resumen **207** Preguntas de repaso **208** Reto a la creatividad **208**
- 9 El entorno cultural 210**
 El concepto de la cultura **211** El campo cultural **212** Cultura y marketing **218** Análisis cultural: la primacía del punto de vista del país anfitrión **224** Adaptación cultural **226** El cambio cultural **229** Resumen **231** Preguntas de repaso **232** Reto a la creatividad **232**
- 10 El entorno político 235**
 La política y el marketing **236** Fuentes de los problemas políticos **238** Intervención política **240** Perspectivas políticas **244** Evaluación de riesgos políticos (PRA) **251** Resumen **256** Preguntas de repaso **257** Reto a la creatividad **257**
- 11 El entorno legal 259**
 Perspectivas legales internacionales **260** Leyes del país anfitrión **262** Leyes norteamericanas **266** Arbitraje **278** Resumen **280** Preguntas de repaso **281** Reto a la creatividad **281**

PARTE 5 *Decisiones de marketing internacional* **283**

- 12 Política y planificación del producto 284**
 Significado del producto **285** Planificación internacional del producto **285** Estrategia del diseño del producto: estandarización o adaptación **289** Desarrollo de una línea de productos internacional **296** Diversificación del producto en el extranjero **307** Nombres de marcas y marcas registradas **308** Empaques internacionales **314** Garantías y servicios internacionales **316** Resumen **317** Preguntas de repaso **318** Reto a la creatividad **319**
- 13 Estrategia internacional de asignación de precios 322**
 Importancia de la asignación de precios **323** El papel de la casa matriz en la asignación de precios **323** Aspectos de la fijación del precio internacional **331** Asignación de precios por transferencia **339** Manejo de conflictos interdivisionales **341** Dumping **341** Haciendo frente al desafío de las importaciones **342** Arrendamientos (Leasing) **343** Resumen **344** Preguntas de repaso **346** Reto a la creatividad **346**
- 14 Canales de distribución internacionales 348**
 Perspectivas de los canales de distribución internacionales **349** Miembros del canal internacional **353** Administración del canal **363** Ventas al mayoreo en entornos extranjeros **371** Ventas al menudeo en mercados del exterior **372** Concesión de franquicias internacionales **378** Distribución física internacional **379** Resumen **382** Preguntas de repaso **383** Reto a la creatividad **383**

- 15 Publicidad internacional 385**
 Perspectivas de la publicidad internacional **386** Determinación de la estrategia publicitaria: Estandarización frente a la localización **389** Medios **398** Programa de publicidad internacional **404** Reglamentos de publicidad global **410**
 Autorregulación de la industria **412** Resumen **413** Preguntas de repaso **414**
 Reto a la creatividad **415**
- 16 Administración de las ventas multinacionales y la promoción de ventas en el exterior 417**
 Personal de ventas y ventas personales en el exterior **418** Formulación de guías de políticas **423** Aplicación de la política **424** Repatriación y reasignación **428** Negociaciones de ventas internacionales **429** Promoción de ventas internacionales **431**
 Las relaciones públicas en el extranjero **433** Resumen **435** Preguntas de repaso **435** Reto a la creatividad **436**
- 17 Marketing de exportación 438**
 El comercio de exportación norteamericano **439** Fomento de las exportaciones de parte del gobierno de Estados Unidos **444** Entorpecimiento de las exportaciones por parte del gobierno de Estados Unidos **453** Administración de las exportaciones **453**
 Procedimiento de exportación **456** Zonas libres de impuestos **462** Trueque **463**
 Resumen **464** Preguntas de repaso **465** Reto a la creatividad **465**

PARTE 6 *Planificación y control*

467

- 18 Organización y control en la mercadotecnia internacional 468**
 Diseños organizacionales de alternativa **469** Elección de la estructura organizacional apropiada **476** Nuevas perspectivas sobre la organización: Redes corporativas **478**
 Delegación de autoridad para tomar decisiones a las subsidiarias en el extranjero **481**
 Evaluación y control del desempeño de las operaciones extranjeras **486** Conflictos y su resolución **490** Resumen **492** Preguntas de repaso **493** Reto a la creatividad **493**
- 19 Planificación y estrategia de marketing para los negocios internacionales 495**
 Dimensiones de la planificación y estrategia internacional **496** Planificación al nivel subsidiaria **497** La planificación del marketing a nivel corporativo **502** Monitoreo del examen de la información **511** Logro de la efectividad en la planificación **511**
 Nuevo énfasis en la planificación estratégica de mercado global **512** Epílogo **514**
 Resumen **518** Preguntas de repaso **519** Reto a la creatividad **520**

Casos de marketing internacional

C-1

- Caso 1: Kodak vs. Fuji **C-2**
 Caso 2: Curtis Automotive Hoist **C-4**
 Caso 3: Farggi **C-10**
 Caso 4: Hatfield Graphics, Inc. **C-27**
 Caso 5: PBS (A) y PBS (B) **C-30**
 Caso 6: Colgate-Palmolive Company **C-45**
 Caso 7: Currency Concepts International **C-47**
 Caso 8: Outback se vuelve internacional **C-52**
 Caso 9: California Foods Corporation **C-72**
 Caso 10: Chivaly International **C-75**
 Caso 11: Fabricantes de autos norteamericanos en Asia **C-76**
 Caso 12: Nestlé (Ghana) Ltd. **C-80**

Contenido

- Caso 13: El EQ Bank **C-87**
Caso 14: Kellogg en Europa **C-90**
Caso 15: La Compañía Gillette **C-93**
Caso 16: IKEA **C-95**
Caso 17: NOVA Biomedical y el caso Irán **C-99**
Caso 18: Clondike Works **C-108**
Caso 19: Todos se afeitan en Arabia Saudita **C-110**
Caso 20: Seagram Co. **C-111**
Caso 21: Carvel en Beijing **C-113**
Caso 22: Hewlett-Packard: Designjet en línea **C-131**
Caso 23: La Compañía Kellogg **C-145**
Caso 24: Avon Products, S.A. de C.V. **C-147**
Caso 25: Connecticut Corporation (Japón) **C-150**
Caso 26: FedEx y UPS en China: Compitiendo con estrategias contrastantes **C-153**
Caso 27: PSA Peugeot Citroën **C-156**
Caso 28: ABB en China: 1998 **C-168**
Caso 29: Los vinos de Barossa **C-181**
Caso 30: MacDermid, Inc. **C-191**
- Índice de nombres y compañías I-1
Índice temático I-6