

INDICE

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 técnicas 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 clientes	109

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
Políticas	138
Legales	141
Sociales	143
Comerciales	145
Lista de verificación: hay que estar preparados	146
Bibliografía y lecturas recomendadas	147
Bibliografía	149
Índice	159