

Marketing Internacional para Pymes

Ing. Jorge Sapelli



Marketing Internacional para Pymes

- Objetivos del estudio

1- Analizar la importancia de las pymes en la economía.

2- Beneficios del crecimiento internacional.

3- Mejores estrategias para la introducción de la pyme en el mercado internacional.

4- Recomendar herramientas tácticas del Marketing Internacional.

1- Importancia de las Pymes en la Economía

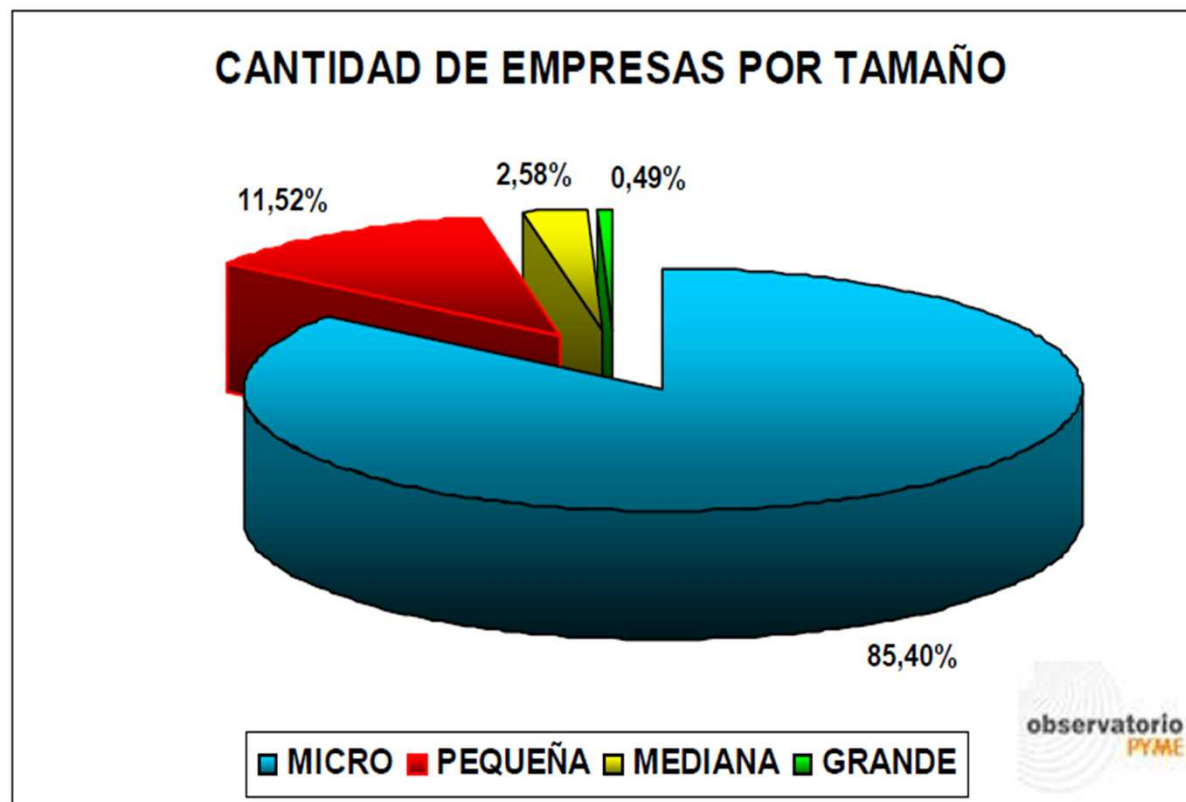
Pymes en Uruguay

En Uruguay las pymes están constituidas según la cantidad de personas ocupadas, las ventas anuales netas y los activos, como muestra el siguiente esquema.

Tipo de empresa	Empleados	Equivalente a ventas máximas anuales netas (U\$S)	Activos máximos (U\$S)
Microempresa	1-4	hasta 60.000	20.000
Pequeña empresa	5-19	hasta 180.000	50.000
Mediana empresa	20-99	hasta 5.000.000	350.000

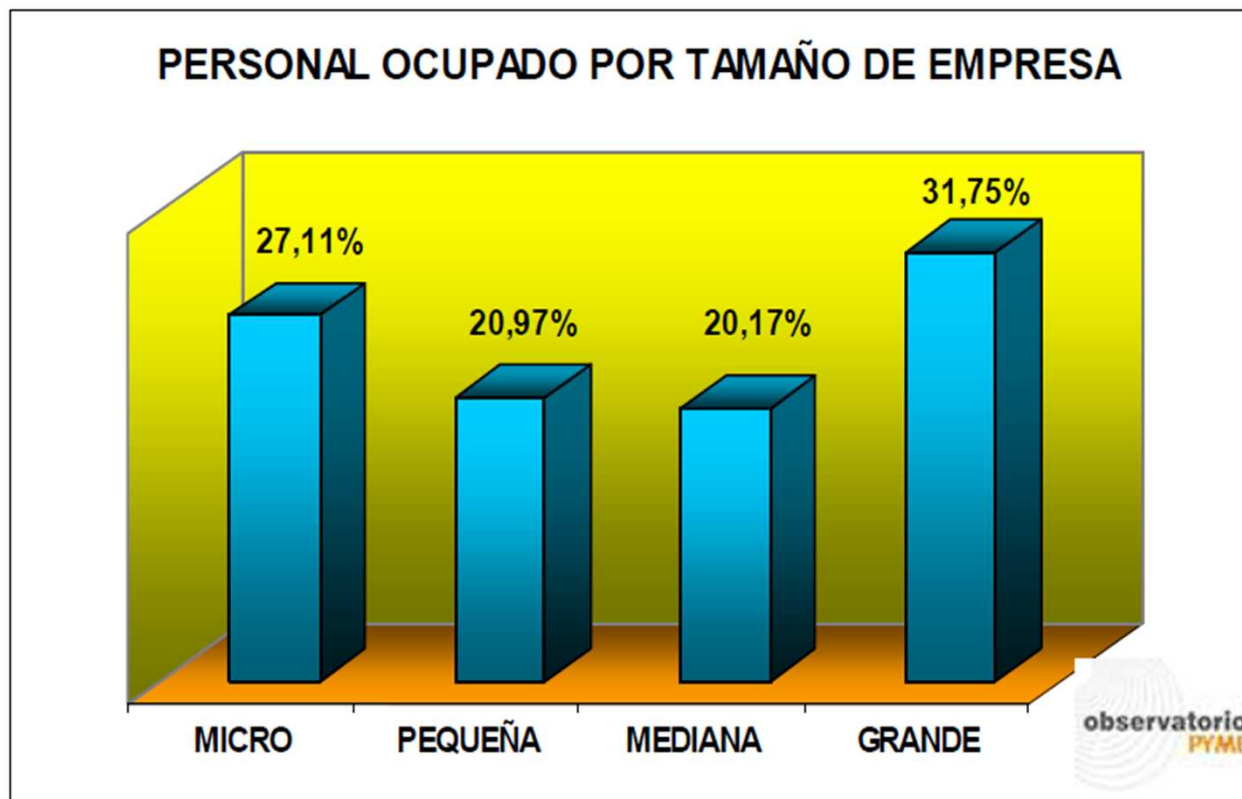
INDICADORES BÁSICOS DE LAS PYMES EN EL URUGUAY

PORCENTAJE DE EMPRESAS SEGÚN TAMAÑO



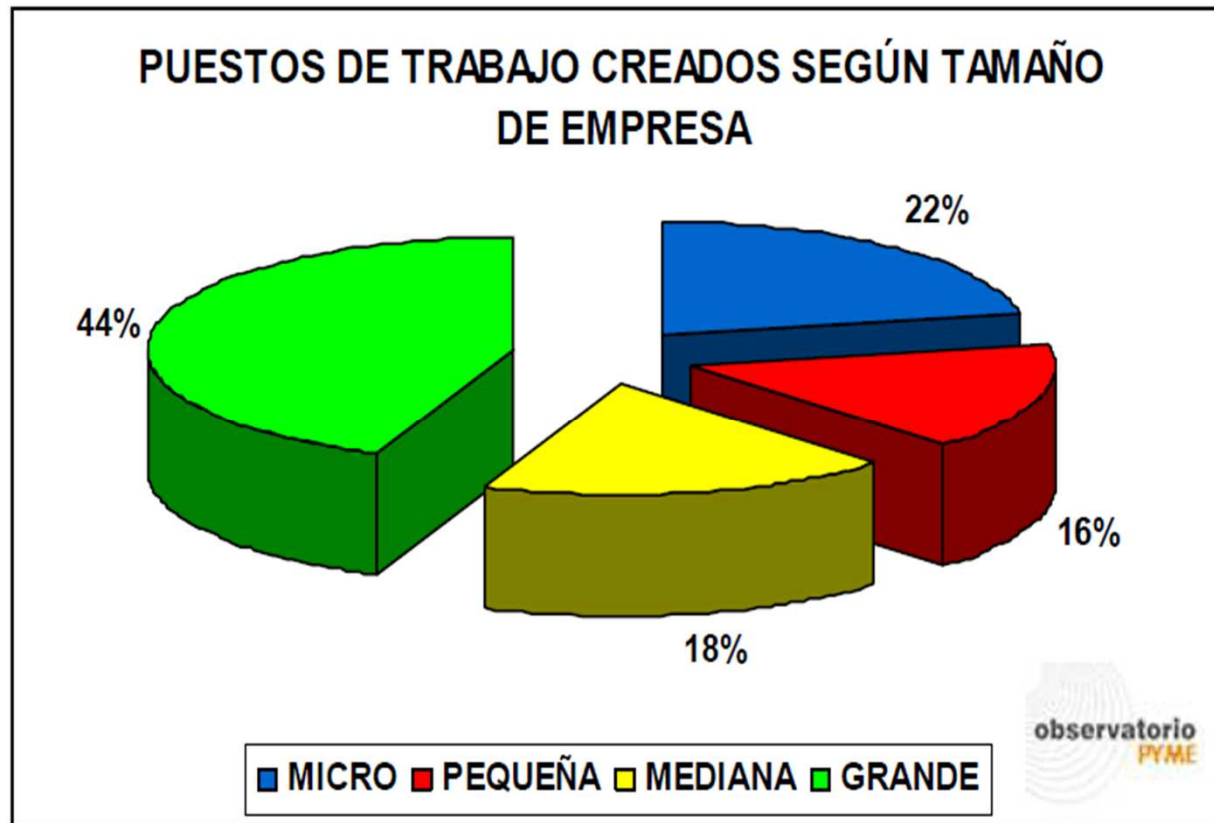
Fuente : Elaboración propia en base a datos extraídos de "Uruguay en Cifras 2008" del INE.

PORCENTAJE DEL PERSONAL OCUPADO SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA



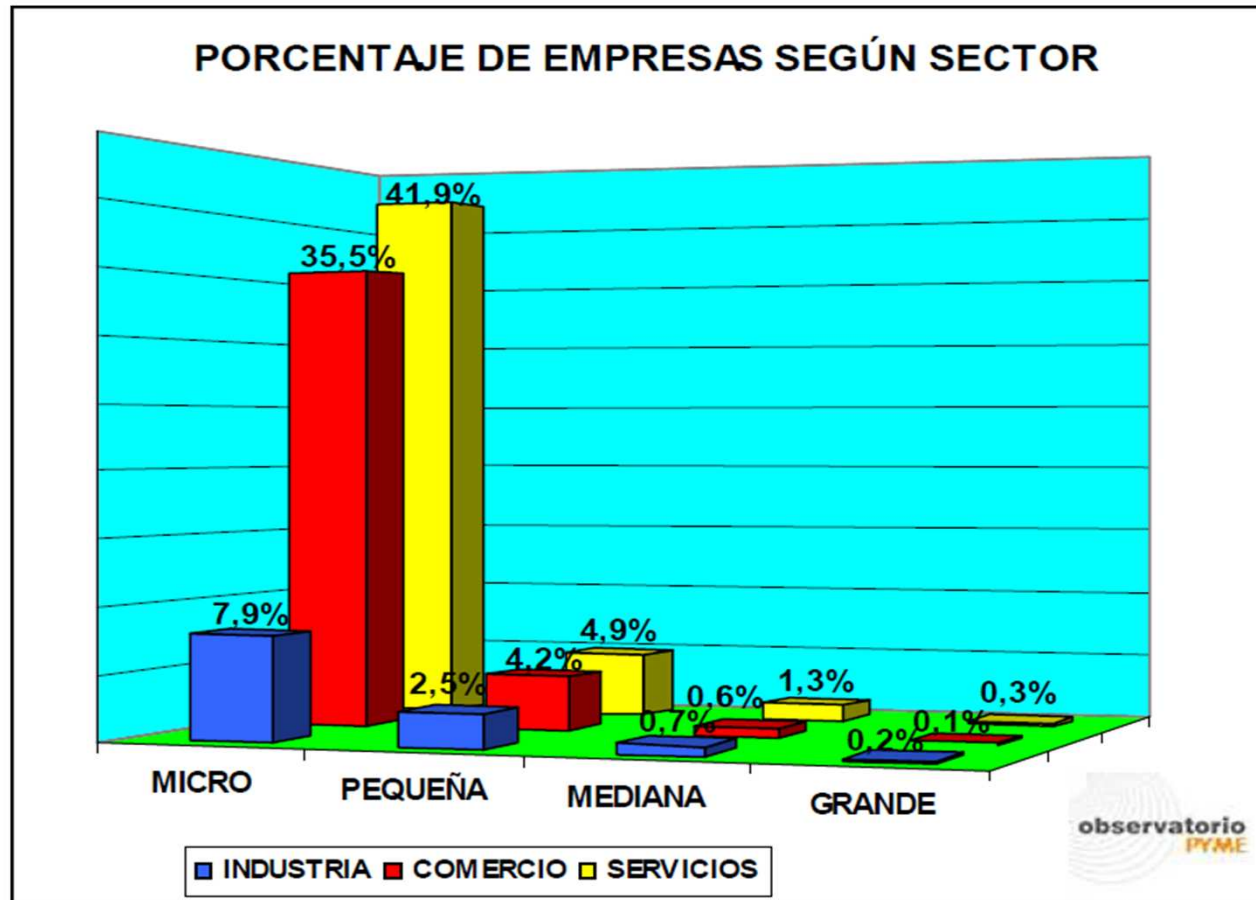
Fuente : Elaboración propia en base a datos extraídos de "Uruguay en Cifras 2008" del INE.

PUESTOS DE TRABAJO CREADOS SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA



Fuente : Elaboración propia en base a datos extraídos de "Uruguay en Cifras 2008" del INE.

PORCENTAJE DE EMPRESAS SEGÚN SECTOR



Fuente : Elaboración propia en base a datos extraídos de "Uruguay en Cifras 2008" del INE.

Importancia de las pymes en la economía.

Fuerte generación de empleo.

Flexibles en la producción.

Pueden cambiar rápidamente su estructura productiva al variar las necesidades del mercado.

Sirven de tejido auxiliar a las grandes empresas.

La mayor parte de las grandes empresas se valen de empresas subcontratadas menores para realizar servicios u operaciones.



2- Beneficios del Crecimiento Internacional

Razones para el crecimiento internacional

- **La organización obtiene varios beneficios :**
 - Incrementa sus utilidades.
 - Diversifica el riesgo al ampliar diferentes mercados.
 - Mejora la calidad de sus productos, para competir.
 - Ofrece una mayor estabilidad laboral a sus empleados.
 - Incrementa el valor de su marca.
 - Incrementa su prestigio.
 - Potencia la venta en el mercado local.



3- Estrategia para la introducción de la pyme en el mercado internacional.

3- Estrategia para la introducción de la pyme en el mercado internacional.

- 1- Expansión del mercado local.
- 2- Exportación indirecta al mercado regional.
- 3- Exportación directa al mercado regional.
- 4- Exportación a mercados fuera de la región.
- 5- Licencias.
- 6- Franquicias.
- 7- Alianza estratégica internacional.
- 8- Joint ventures.
- 9- Consorcios.
- 10- Inversión extranjera directa.

3- Estrategia para la introducción de la pyme en el mercado internacional.

- Comenzar por mercados regionales.
 - Mejor control.
 - Costos menores.
 - Mayor conocimiento.
- Expandirse a mercados fuera de la región.
 - Diversificar el riesgo.
 - Menor dependencia de la incertidumbre regional.
- Invertir en el exterior.
 - El final del crecimiento de una pyme.

4- Herramientas Tácticas del Marketing Internacional

Tácticas del Marketing Internacional
Métodos de introducción al mercado internacional

- **Investigación del mercado internacional.**
- **Segmentación del mercado.**
- **Estrategias de selección del mercado.**
- **Posicionamiento de empresa y de marca.**
- **Mezcla del Marketing.**



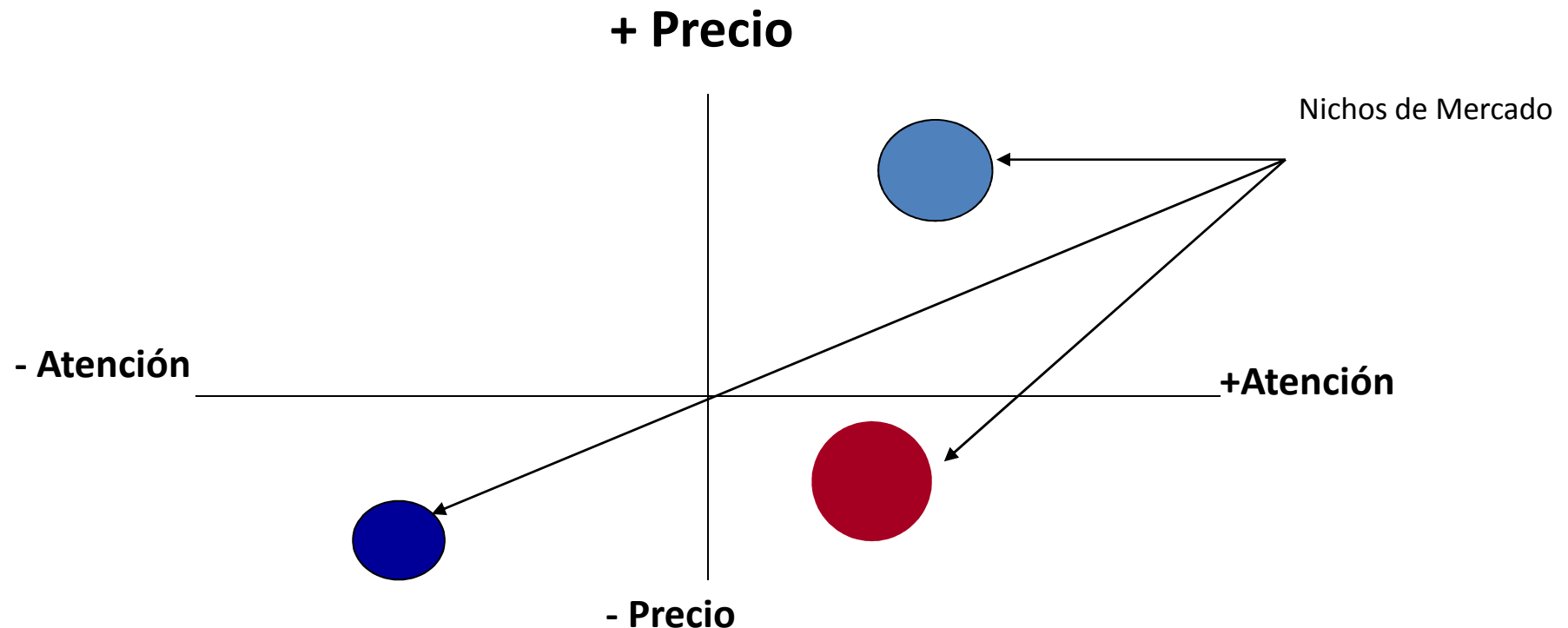
Investigación del mercado

- Participación en ferias internacionales.
- Viajes a centros de compra.
- Las pymes lo realizan a través de internet.
 - Volúmenes de búsqueda de sus productos.
 - Características de la oferta.
 - Estrategias de e- marketing.
 - Costo entre 1000 a 3000 U\$S

Segmentación del Mercado.

Como cada Cliente es diferente hay que Segmentar.

Segmentar: dividir el mercado en grupos homogéneos de consumidores, según algunos criterios relevantes.



Segmentación del Mercado.

- Las pymes buscan el nicho o segmento apropiado del mercado internacional.
- Comienzan por un segmento en especial y luego se expanden.
- Permite ir modificando los errores iniciales.

Estrategias de Selección de Mercados.

- a. **Marketing Indiferenciado**: la empresa atiende la mayor parte del mercado con un producto general.

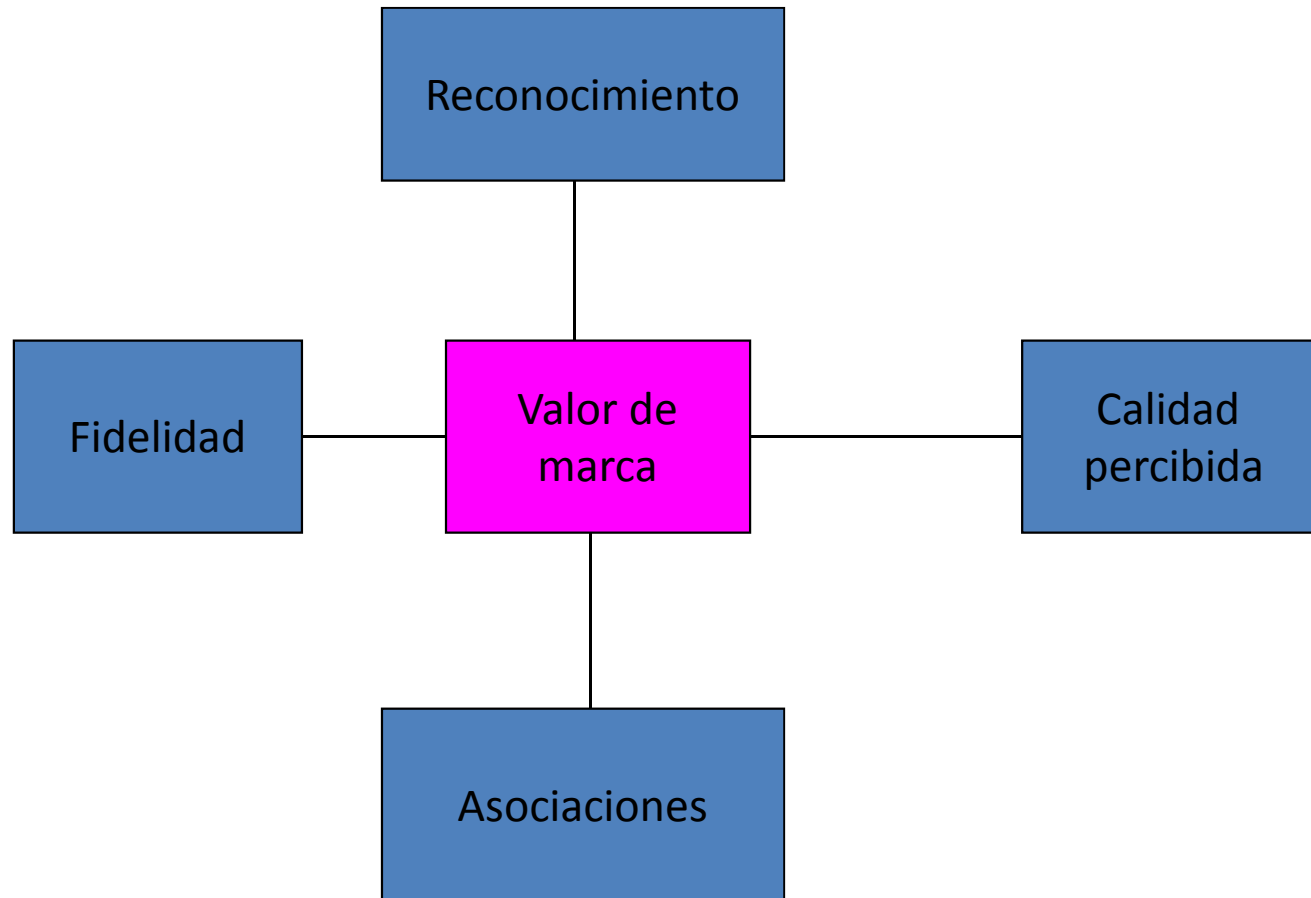
- b. **Marketing Diferenciado**: es cuando la organización atiende los diferentes nichos de mercado con ofertas y productos diferentes de acuerdo a cada segmento del mercado.

- c. **Marketing Focalizado**: la empresa se focaliza un uno o muy pocos segmentos del mercado debido a sus escasos recursos y posibilidades del mercado.

Posicionamiento de Marca

- ¿Cómo queremos ser vistos y recordados?
- Posicionar la empresa y la marca del producto en la mente del consumidor con un mensaje claro:
 - Calidad.
 - Precio.
 - Alta especialización.
 - Seguridad.
 - Cumplimiento.

Valor de Marca





amazon.com.

YAHOO!



Posicionamiento de marca



Bayer



Posicionamiento de Marca



Mezcla del Marketing. (Las 8 P's del Marketing).

- 1- **P**roductos o Servicios.
- 2- **P**olítica de Precios.
- 3- **P**laza, Canales de Distribución.
- 4- **P**ublicidad, **P**romoción, RRPP, **P**ublicity.
- 5- **P**ersonal de Contacto.
- 6- **P**rocesos.
- 7- **P**ackaging.
- 8- **P**hysical Evidence, (Evidencia Física).

Tácticas del Marketing Internacional
Métodos de introducción al mercado internacional

- 1- Venta personal.
- 2- Misiones comerciales.
- 3- Ferias y exposiciones.
- 4- Relaciones Públicas.
- 5- Publicidad.
- 6- Campañas de Marketing en Internet.

E-Marketing

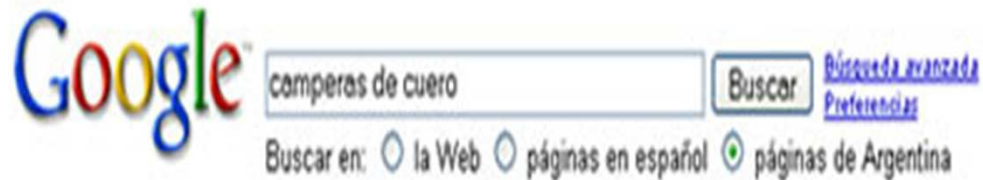
- Mail → e-mail.
- Catálogos en línea.
- Call Center → contact center.
- Eventos en la Web.
- Estar primeros en los buscadores de internet.
- Ventajas:
 - Menor costo.
 - Está presente siempre.
 - En expansión permanente.

Buscadores de Internet

De que Sirve un Sitio Web
Si Nadie Lo Encuentra ?



El 90% de las Busquedas
en Internet se Realizan
con 3 Buscadores





- **Amazon.com, Inc.** es una compañía estadounidense de comercio electrónico con sede en Seattle.
- Su lema es "*and you're done*"
- En la actualidad está totalmente diversificada en diferentes líneas de productos, ofreciendo DVD, Cd de música, software, videojuegos, electrónica, ropa, muebles, comida, libros y productos en general.
- Se pueden contratar sus servicios para la exposición y comercialización de sus productos.

Conclusiones

- Las pymes son muy importantes en la economía de un país.
- Emplean al 68% de la mano de obra.
- Para ser estables y disminuir el riesgo deben abrirse al mercado internacional.
- Comienzan por focalizarse en un producto y en un mercado.
- Construyen un posicionamiento claro en la mente de sus clientes.
- Utilizan las herramientas del e- marketing .

Marketing Internacional para Pymes

Muchas gracias

jsapelli@um.edu.uy

