

ADAPTACIÓN DEL PRODUCTO AL MERCADO INTERNACIONAL

OBJETIVOS

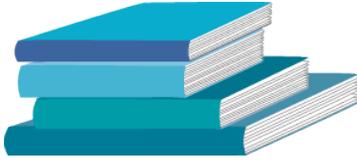
Discutir los factores a favor y en contra de la estandarización y adaptación de productos en el mercado internacional.

“En la guerra la fortuna es variable; por eso, el guerrero prudente no debe menospreciar al enemigo”.

J. W. Goethe

Introducción

Para entender la adaptación del producto al mercado internacional, es preciso conocer a fondo el significado de este; el producto o servicio se define como las combinaciones complejas de elementos tangibles y no tangibles que lo distinguen de otras entidades del mercado.



Opciones básicas de modificación del producto

La empresa cuenta con cuatro opciones básicas de modificación del producto, para entrar a los mercados internacionales:

- Vender los productos tal como está en el mercado global.
- Modificarlo acorde con una nación, cultura, región, nicho de mercado, entre otras.
- Diseñar nuevos productos para los mercados de otros países.
- Concentrar todas las diferencias en un nuevo diseño e introducir un producto global.

Ventajas y desventajas generales de la estandarización y la adaptación

Variables en favor de la estandarización	Variables en favor de la adaptación
<ul style="list-style-type: none">• Economías de escala en producción• Economías de escala en I + D• Economías en marketing• Disminución del mercado mundial/integración económica• Competencia global	<ul style="list-style-type: none">• Diferentes condiciones de uso• Influencias gubernamentales y reguladoras• Diferentes patrones del comportamiento del consumidor• Competencia local• Consistencia en el manejo del concepto de marketing.

Fuente: Czinkota, M. y Ronkainen, I (2004). Marketing Internacional, México, Pearson Educación.



Adaptación

Es importante entender que la adaptación es de suma importancia para abrir caminos comerciales y conseguir clientes globales. Cada región del mundo es particular y posee sus especialidades puntuales las cuales los gerentes deben detallar con mucho cuidado para satisfacer a sus potenciales clientes.

La satisfacción se relaciona directamente con la adaptación y esta con el éxito de sus productos; téngalo presente, de lo contrario le otorga ventaja y le abre las puertas a su competencia. Recuerde que la competencia está en todos los niveles: local, regional, nacional y global. Desarrollar una estrategia de adaptación y detallar cuál es el plan de acción para lograrlo es crucial. Se debe contar con un plan de adaptación propio que determine los puntos especiales que se deben tener en cuenta para ofrecer un producto o servicio adecuado.

¿Sería riesgoso no adaptar? es su decisión, o dependería de las condiciones del entorno en donde su empresa tendría operaciones. El mundo es muy amplio pero no olvide la amplitud de necesidades y deseos de sus clientes, lo cual debe tener en cuenta si adapta o estandariza sus productos.



Adaptación

¿Tiene usted en cuenta la adaptación para sus productos? ¿Qué tanto ha adaptado sus procesos?
¿Usted se adapta antes de viajar hacia algún sitio? ¿Cómo definiría la adaptación de sus productos?
¿Es para usted importante la adaptación? Piense y analice mucho sobre los anteriores planteamientos y fórmese sus propios interrogantes.

Sea preciso y no omita los detalles aunque pequeños,
locos o insignificantes que puedan parecer.

Adaptación

