

INDICE

Introducción	13
--------------------	----

MÓDULO I. COMPORTAMIENTO ACTUAL DE LOS MERCADOS INTERNACIONALES

<i>De que trata este módulo</i>	15
Del Comercio Internacional al Comercio Intercultural	16
Introducción	16
De las variables a las determinantes relativas	18
Tras los rumbos orientales	22
Factores del Comercio Internacional	25
Factores Principales	25
Factores secundarios	26
Incidencia del cambio en los canales y precios	27
Formas alternativas de especialización	30
Alternativas de internacionalización	30
Tercerización	31
Formas asociativas en el mercado de origen y destino	31
Resumen del módulo	35

MÓDULO II. CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN

<i>De que trata este módulo</i>	37
Introducción	38
Tipos de Consorcio según su objetivo	40
Promocionales	40
Consorcio de Venta	41
Tipos de Consorcio según su constitución	42
Mono sectoriales	42
Plurisectoriales	42
Monoproducto	43
Integrados o Regionales	43
Etapas en la formación de Consorcios	45
Motivación	47
Verificación de la capacidad de internacionalización	48
Selección de las empresas integrantes	69

Reglamento interno	70
Definición de estructuras y funciones	71
Funciones de los distintos órganos y áreas	77
Elaboración del Presupuesto	84
Sistema de control de gestión	84
Resumen del módulo	86

MODULO III.
CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN.
VENTAJAS Y DIFICULTADES

<i>De que trata este módulo</i>	87
Ventajas y Dificultades	88
Ventajas en la formación de Consorcios	88
Dificultades en la Implementación de un Consorcio	93
Principales Causas de fracasos en la formación de Consorcios	94
Competitividad Internacional de los consorcios	95
Doble base estratégica. Ventajas Comparativas y Competitivas	96
Estrategias de Posicionamiento Internacional	98
Los Consorcios y las Alianzas Estratégicas	102
Los Nuevos Mercados y la Planificación	107
Los Consorcios en el Mundo: Casos Exitosos	111
La Cooperación Empresarial a Nivel Internacional	111
Alemania	112
Noruega	112
Francia	112
España	112
Italia, una experiencia exitosa	117
Japón	129
Corea	129
Taiwán	130
La Experiencia latinoamericana	130
México, la cooperación empresarial	130
Chile	133
Uruguay	133
Experiencia Argentina	135
Formas Asociativas previstas en la legislación de la República Argentina para la Colaboración Empresarial	143
Agrupaciones de Colaboración. ACE (Arts. 367 a 376 Ley 22903)	143
Unión Transitoria de Empresas UTE (Arts. 377 a 383 Ley 22903)	147
Consorcios y Cooperativas de Exportación (Ley 22.903 y 20.337)	150
Resumen del módulo	154

MÓDULO IV.
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

<i>De que trata este módulo</i>	155
Negociación Internacional	156
Introducción	156
El Proceso de Negociación	157
Etapas del Proceso de Negociación	159
Etapas de Pre negociación	159
Etapas de Negociación Formal	161
Etapas de Contratación	162
Etapas de Ejecución	162
Capacidad de Negociación	163
Información	164
Marketing mix	165
Poder Negociador	166
Habilidad Negociadora	168
Percepción	169
Enfoque transaccional	170
Enfoque de Gestalt	170
Causas de las percepciones subjetivas	170
El Proyecto de Negociación de Harvard	171
Intereses	175
Opciones	176
Legitimidad	177
Alternativas	177
Relación	178
Compromiso	179
Comunicación	179
Los siete elementos como guía de la Negociación	181
Negociación en los Consorcios de Exportación	183
La negociación interna	183
El desafío de Negociar en el siglo XXI	185
Un nuevo paradigma	186
Desarrollar el poder de la influencia	186
Disuadir, Imponer o negociar	187
Resumen del módulo	190

MÓDULO V.
MARKETING ESTRATÉGICO PARA CONSORCIOS
DE EXPORTACIÓN

<i>De que trata este módulo</i>	191
---------------------------------------	-----

Introducción	192
Macro marketing	193
Micro marketing	195
El Sistema de Información de Marketing - SIM	196
Información para optimizar la Gestión	196
Balanza de Pagos	199
Investigación de Mercado	200
Planificación Estratégica de Consorcios de Exportación	203
La Cultura Organizacional	203
Análisis y Aplicación de Recursos	205
Plan Estratégico	210
Evaluación preliminar del Consorcio (F3.1)	211
Evaluación estratégica de los escenarios internacionales (F3.2)	212
Análisis de las variables internas y externas. "D.A.F.O. " (F3.3)	213
Ventajas Competitivas y Factores Clave de Éxito (F3.4)	215
Visión & Misión (F3.5)	217
Objetivos Estratégicos (F3.6)	217
Diseño del Plan de Marketing Internacional	218
Análisis de las Determinantes Relativas o Mix de Marketing (F3.7)	218
Mercado y Segmentación	220
Producto Creatividad Innovación	227
Precio Valor	234
Canales Logística Internacional	238
Comunicación. Creatividad Anticipativa	245
Implementación y Control del Plan de Marketing Internacional	256
Plan de Acción (F3.8)	256
Sistema de Control del Plan de Marketing (F3.9)	257
Tablero de Comando	259
Auditoría de Marketing	263
Resumen del módulo	265
Apéndice	
Presentación de un Caso: Consorcio de Exportación Santa Catalina	267
BIBLIOGRAFÍA	275

CONTENIDO DEL CD ADJUNTO

- F1- Formulario de Perfil de la Empresa Integrante
- F2- Esquema de Investigación de Mercado Internacional
- F3- Plan de Marketing para Consorcios de Exportación
- Modelo Estatuto de Consorcios de Exportación
- Tablero de Comando
- Ley 12119 Provincia de Santa Fe – Conformación de Consorcios y Cooperativas de Exportación