Redactado - hueco de contenido, sin fuente de examen real

FICHA B4-P10

Adaptar o estandarizar: el caso de una cadena de comida rapida

BLOQUE / UNIDAD	TIPO	DIFICULTAD	PUNTOS	TIEMPO MAX.
B.4.6 Marketing internacional (NS)	**Principal**	**o (2 / 3)	**10 pts . a)4 + b)6**	**14 min**

VERBO(S) DE INSTRUCCION	HERRAMIENTA / TEORIA CLAVE
Explique (a) . Discuta (b)	Marketing internacional . Estandarizacion vs adaptacion

MATERIAL NECESARIO

Toolkit / cuadernillo: no es imprescindible.

PRERREQUISITOS

- Estandarizacion: usar el mismo marketing mix en todos los paises donde opera la empresa
- Adaptacion: modificar el marketing mix segun las diferencias culturales, legales o economicas de cada mercado local
- El marketing internacional debe considerar diferencias culturales, legales, economicas y de infraestructura entre paises

TIEMPO DE REFERENCIA

Media de la clase ~ 9 min. Es una referencia para situarte, no un cronometro.

ENUNCIADO

Una cadena de comida rapida estadounidense se expande a India, un mercado con una gran poblacion vegetariana y restricciones culturales/religiosas sobre el consumo de carne de vacuno y de cerdo.

a) Explique por que esta cadena de comida rapida probablemente necesitaria ADAPTAR su menu al entrar en el mercado indio, en vez de estandarizarlo. [4]

b) Discuta si la estandarizacion total del marketing mix es una buena estrategia para una empresa multinacional que se expande a muchos paises distintos. [6]

FICHA B4-P10

Adaptar o estandarizar: el caso de una cadena de comida rapida

PISTAS PROGRESIVAS (DE ESTRUCTURA, NO DE CALCULO)

1	General - la (a) aplica el concepto de adaptacion al caso especifico de India; la (b) exige un argumento equilibrado sobre la estandarizacion en general.
2	Apartado a) - dado que gran parte de la poblacion india es vegetariana, y existen restricciones culturales/religiosas sobre la carne de vacuno y cerdo, un menu estandarizado fallaria en conectar con gran parte del mercado local.
3	Apartado b) - a favor de la estandarizacion: reduce costes y mantiene una imagen de marca global coherente y reconocible.
4	Apartado b), el matiz - en contra: ignorar diferencias culturales o de gustos locales puede hacer que el producto no conecte con el mercado, perdiendo ventas frente a competidores mas adaptados.
5	Apartado b), otro matiz - una solucion intermedia habitual es la "glocalizacion": mantener elementos centrales de la marca estandarizados mientras se adapta el menu o la promocion localmente.
6	Apartado b), la conclusion - la estandarizacion total no suele ser la mejor estrategia cuando existen diferencias culturales/religiosas significativas.

TEORIA BASICA

- Estandarizacion: mismo marketing mix en todos los mercados; reduce costes y refuerza la imagen de marca global.
- Adaptacion: ajusta el marketing mix a las diferencias culturales, legales o economicas locales; mejora la conexion local pero aumenta costes.
- "Glocalizacion": combinar elementos estandarizados (marca, identidad) con elementos adaptados (producto, promocion) segun el mercado.

REFUERZO

LIBRO Gestion Empresarial BI v1 - Bloque 4, marketing internacional (NS).

COMO SE PUNTUA (BANDAS OFICIALES NS, RESUMIDAS)

Bajo (1-4): explicacion generica sin aplicar al caso de India; b) con un solo lado.

Medio (5-7): explicacion correcta y aplicada; b) con ambos lados pero poco desarrollados.

Alto (8-10): explicacion clara y bien aplicada a India; b) con argumento equilibrado y conclusion propia sobre la glocalizacion.

RESPUESTA MODELO

a) Dado que gran parte de la poblacion india es vegetariana y existen restricciones culturales/religiosas sobre el consumo de carne de vacuno y cerdo, un menu estandarizado basado en esos ingredientes fallaria en conectar con gran parte del mercado local, por lo que la cadena necesitaria adaptar su menu.

b) A favor de la estandarizacion: reduce costes de produccion y marketing, y mantiene una imagen de marca global coherente. En contra: ignorar diferencias culturales o de gustos locales, como en el caso de India, puede hacer que el producto no conecte con el mercado. En conclusion, la estandarizacion total no suele ser la mejor estrategia cuando existen diferencias culturales significativas: una solucion de "glocalizacion" — mantener la identidad de marca estandarizada mientras se adapta el menu o la promocion localmente — suele dar mejores resultados.

RESUMEN - CON TUS PROPIAS PALABRAS

¿Que diferencia hay entre estandarizacion y adaptacion?

¿Que es la glocalizacion?

¿Que se me olvido incluir la primera vez?

REGISTRO DE INTENTOS

Fecha	H. inicio	H. fin	Verbo OK	Evidencia caso OK	Banda autoeval.	Repetir

ESPACIO DE TRABAJO ADICIONAL