Redactado — refuerzo de subtema solo NS con una única ficha, sin fuente de examen real

FICHA B4-P13

Exportar bebidas energéticas: tipo de cambio y formas de entrada

BLOQUE / UNIDAD	TIPO	DIFICULTAD	PUNTOS	TIEMPO MAX.
B.4.6 Marketing internacional (NS)	Secundaria	*** (3 / 3)	14 pts . a)2 + b)3 + c)4 + d)5	18 min

VERBO(S) DE INSTRUCCION	HERRAMIENTA / TEORIA CLAVE
Calcule (a, b) . Explique (c) . Recomiende (d)	Marketing internacional: formas de entrada y tipo de cambio

MATERIAL NECESARIO

Toolkit / cuadernillo: calculadora; no hace falta nada más.

PRERREQUISITOS

- Formas de entrada a un mercado extranjero: exportación, licencia, franquicia, empresa conjunta (joint venture), filial propia
- Tipo de cambio: precio de una moneda en otra. Si la moneda propia se aprecia, los ingresos obtenidos en el extranjero valen menos al convertirlos
- Hay que decidir entre estandarizar el marketing y adaptarlo a la cultura local

TIEMPO DE REFERENCIA

Media de la clase ~ 13 min. Es una referencia para situarte, no un cronómetro.

ENUNCIADO

Tonic USA vende su bebida energética en Estados Unidos a $20 por unidad. Quiere exportarla a Eurolandia, donde fijaría un precio de 18 euros. Hoy, 1 dólar = 0,90 euros. La empresa prevé vender 100.000 unidades al año. Está estudiando dos formas de entrar: una licencia a un fabricante local o una empresa conjunta (joint venture) con un distribuidor europeo.

a) Calcule los ingresos en dólares por unidad exportada al tipo de cambio actual (1 $ = 0,90 €). [2]

b) Si el dólar se aprecia hasta 1 $ = 1,00 €, calcule los ingresos en dólares por unidad y la pérdida anual de ingresos. [3]

c) Explique una ventaja y una desventaja de la licencia frente a la empresa conjunta para Tonic USA. [4]

d) Recomiende una forma de entrada, indicando si Tonic USA debería adaptar su producto a Eurolandia. [5]

FICHA B4-P13

Exportar bebidas energéticas: tipo de cambio y formas de entrada

PISTAS PROGRESIVAS (DE ESTRUCTURA, NO DE CALCULO)

1	General — para convertir euros a dólares, divide los euros entre el tipo de cambio (euros por dólar).
2	Apartado a) — 18 € / 0,90 = ? dólares.
3	Apartado b) — con 1,00 €/$, 18 € valen 18 $. La pérdida por unidad es la diferencia con el apartado a); multiplícala por 100.000.
4	Apartado c) — la licencia da poco control pero exige poca inversión; la empresa conjunta comparte riesgo y conocimiento local pero también el control y los beneficios.
5	Apartado d) — compara control, riesgo, rapidez y conocimiento del mercado local de cada forma de entrada.
6	Apartado d), adaptación — piensa en gustos, regulación, idioma y precio; ¿qué parte del marketing mix convendría ajustar?

TEORIA BASICA

- Licencia: se cede el derecho de fabricar o vender a cambio de pagos; poca inversión, poco control. Empresa conjunta: dos empresas comparten capital, riesgo y beneficios.
- Las variaciones del tipo de cambio cambian los ingresos en la moneda de la empresa: una moneda propia más fuerte reduce los ingresos obtenidos fuera.
- Estandarizar abarata el marketing; adaptar mejora el ajuste cultural. A menudo conviene una mezcla (glocalización).

REFUERZO

LIBRO Gestión Empresarial BI v1 — Bloque 4, marketing internacional.

COMO SE PUNTUA (BANDAS OFICIALES NS, RESUMIDAS)

Bajo (1-4): conversiones incorrectas; formas de entrada confundidas.

Medio (5-9): cálculos correctos; ventaja/desventaja y recomendación sin aplicar al caso.

Alto (10-14): cálculos correctos; comparación aplicada a Tonic USA; recomendación justificada, con adaptación argumentada.

RESPUESTA MODELO

a) 18 € / 0,90 = $20 por unidad.

b) Con 1 $ = 1,00 €: 18 € / 1,00 = $18 por unidad. Pérdida por unidad = $2; pérdida anual = 2 × 100.000 = $200.000.

c) Licencia — ventaja: casi no requiere inversión ni asumir riesgo, porque el fabricante local fabrica y vende; desventaja: Tonic USA pierde control sobre la calidad y la imagen de la marca. Empresa conjunta — ventaja: aporta conocimiento del mercado local y reparte el riesgo; desventaja: reparte también los beneficios y el control, y pueden surgir conflictos con el socio.

d) Recomiendo la empresa conjunta con un distribuidor europeo: Tonic USA es nueva en Eurolandia y se beneficia del conocimiento local y de una red de distribución, y reparte el riesgo ante cambios de tipo de cambio como el del apartado b). Debería mantener la marca y la fórmula, pero adaptar el sabor, el tamaño del envase y la comunicación a los gustos y a la regulación local sobre bebidas energéticas. Limitación: pierde parte del beneficio y del control, así que el contrato debe fijar la imagen de la marca y la calidad.

RESUMEN - CON TUS PROPIAS PALABRAS

¿¿Cómo afecta una moneda propia más fuerte a las exportaciones?

¿¿Qué diferencia hay entre licencia y empresa conjunta?

¿¿Qué se me olvidó incluir la primera vez?

REGISTRO DE INTENTOS

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

ESPACIO DE TRABAJO ADICIONAL