

Nombre de alumno: Jhonatan de Jesús Méndez Osuna

Nombre del profesor: ANDRES ALEJANDRO REYES MOLINA

Nombre del trabajo: Super Nota

Materia: DESARROLLO EMPRESARIAL

Grado: 6°

Grupo: A

DESARROLLO EMPRESARIAL

4.6 EXPORTACIÓN

La exportación es una estrategia que permite a las empresas vender sus productos o servicios fuera del país de origen, ampliando su mercado y generando nuevas oportunidades de crecimiento.

Características principales:

- **Acceso a nuevos mercados:** Ayuda a diversificar riesgos económicos y aumentar las ventas.
- **Requiere adaptación del producto:** Normas de calidad, empaque, idioma y regulaciones específicas del país destino.
- **Modalidades:** Exportación directa (la empresa vende directamente al cliente extranjero) e indirecta (a través de intermediarios como agentes o distribuidores).

Ventajas:

- Incremento en ingresos.
- Aprovechamiento de excedentes de producción.
- Fortalecimiento de la marca a nivel internacional.

Desventajas:

- Costos logísticos y arancelarios.
- Barreras culturales o legales.
- Necesidad de conocimiento del comercio exterior.



4.7 ALIANZA ESTRATÉGICA

Es una cooperación entre dos o más empresas que deciden unir fuerzas para lograr objetivos comunes sin perder su independencia legal.

Tipos comunes de alianza:

- **Joint Venture:** Dos empresas crean una nueva entidad compartida.
- **Licencias y franquicias:** Una empresa permite a otra el uso de su marca o producto.
- **Acuerdos de distribución o co-producción.**

Objetivos principales:

- Ingresar a nuevos mercados.
- Compartir tecnología, conocimiento o infraestructura.
- Reducir riesgos y costos.

Beneficios:

- Mayor competitividad.
- Acceso a recursos que no se tendrían individualmente.
- Generación de sinergias.



4.8 MULTINIVEL

También conocido como mercadeo en red o marketing multinivel (MLM), es un modelo de negocio donde los productos o servicios son vendidos a través de una red de distribuidores independientes.

¿Cómo funciona?

- Cada distribuidor gana comisiones por ventas personales y por las ventas de su red reclutada.
- Se forman niveles jerárquicos: cuanto más alto esté un miembro en la red, mayor será su ganancia residual.

Ventajas:

- Bajos costos de entrada.
- Flexibilidad de horarios.
- Potencial de ingresos pasivos.

Desventajas:

- Requiere habilidades de ventas y liderazgo.
- Puede confundirse con esquemas piramidales ilegales si no está bien estructurado.
- Dependencia del esfuerzo de la red.

Ejemplos conocidos: Herbalife, Amway, Mary Kay.

