

Marketing Global

Unidad 1

Marketing internacional

Lic. Marcelo García Yáñez

Que entendemos por MKT Internacional ?

- **Definición:**

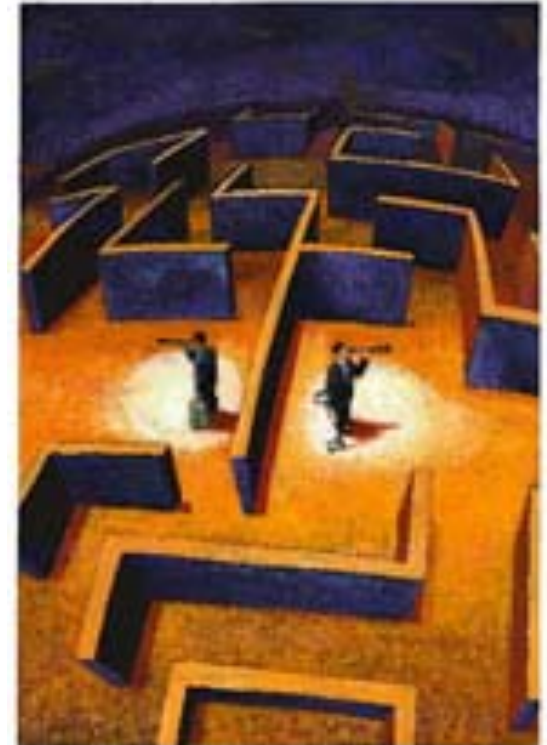
Proceso que implica planear y ejecutar objetivos individuales y/u organizacionales, más allá de las fronteras de un país, tanto de ideas, bienes y servicios.



La Decisión de Internacionalización?

Presenta Obstáculos y Barreras:

- Dificultades financieras.
- Actitud desfavorable de la dirección.
- Desconocimiento de las regulaciones legales.
- Problemas para la adaptación y suministro de los productos exportables



Modelo EPRG

La dirección de negocios de una empresa puede tener las siguientes orientaciones:



Etnocentrismo

Policentrismo

Regiocentrismo

Geocentrismo

Diferencias en el modelo EPRG



Empresas transnacionales

- Principales características:
 - Las decisiones de extensión y adaptación se toman según las necesidades y deseos del mercado.
 - Desaparece la identidad nacional.
 - La estrategia no es “servir” los mercados internacionales desde un país de origen.
 - Son flexibles y están atentas a los cambios de escenario en cada país.
 - Tienen un punto de vista mundial y detectan similitudes y diferencias en mercados y países.
 - Crean una estrategia global para atender necesidades locales.

Medición del grado de transnacionalidad

- Se define a partir de 3 indicadores:
 - **Ventas fuera del país de origen / Ventas totales.**
 - **Activos fuera del país de origen / Activos totales.**
 - **Empleados fuera del país de origen / Empleados totales.**

Cuando el numerador supera con creces al denominador estamos en presencia de una empresa transnacional como: Nestlé, Unilever, Procter & Gamble, Philips, Ford, Glaxo Smith Kline.

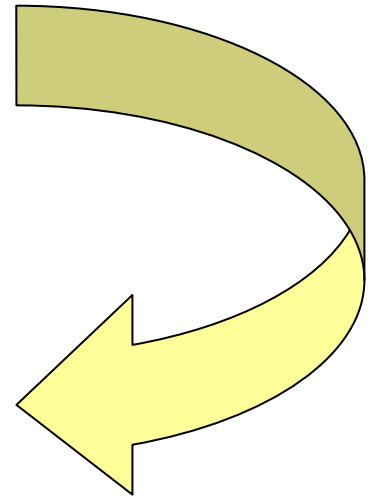
Aspectos relevantes para estrategias de Marketing Internacional.

- **Ciclo de vida del producto.**
- **Diseño.**
- **Adaptación.**
- **Producto.**
- **Precio.**
- **Comunicación.**
- **Competencia.**



BENEFICIO DE UNA ESTRATEGIA GLOBAL

DESVENTAJAS DE LA ESTRATEGIA GLOBAL



MARKETING INTERNACIONAL

FACTORES CONDICIONANTES

- **FACTORES PROPIOS DE LA EMPRESA**
 - Demanda interna.
 - Capacidad de producción.
 - Recursos monetarios.
 - Estructura de comercialización.
 - Conocimientos de los mercados.
 - Experiencia en comercio exterior.
 - Condiciones de calidad, precio y entrega.
 - Condiciones de pago.

MARKETING INTERNACIONAL

Factores condicionantes

- **FACTORES PROPIOS DE LA EMPRESA** (Continuación)
 - Servicio de post-venta.
 - Garantía.
 - Instalación y puesta en marcha.
 - Capacitación.
 - Servicio de mantenimiento.
 - Suministro de repuestos y accesorios.

MARKETING INTERNACIONAL

Factores condicionantes

- **FACTORES PROPIOS DEL PAÍS.**
 - Ubicación geográfica.
 - Política de comercio exterior.
 - Apoyo institucional.
 - Medios de transporte.
 - Suministros locales.
 - Abastecimiento externo.
 - Convenios comerciales (bilaterales/multilaterales).
 - Contexto socioeconómico y político.

MARKETING INTERNACIONAL

Factores condicionantes

- **FACTORES DEL PAÍS IMPORTADOR.**
 - Ubicación del país de destino.
 - Preferencias de los consumidores extranjeros.
 - Actitud de los compradores.
 - Aspectos culturales.
 - Competencia.
 - Política de comercio exterior.
 - Situación socioeconómica y política.
 - Facilidades de transporte, comunicación y distribución.

Fuerzas que influyen en la integración y el marketing globales

- Las principales fuerzas impulsoras son:
 - Tratados comerciales internacionales.
 - Convergencia de las necesidades y los deseos del mercado.
 - Revolución de la información.
 - Mejoras en el transporte.
 - Mejoras en las comunicaciones.
 - Costos del desarrollo de productos.
 - Tendencias económicas mundiales.
 - Apalancamiento.
 - Economías de escala.
 - Utilización de recursos.
 - Estrategia global.

Marketing Global

Unidad 2

Entorno del Marketing Global

Unidad 2

Entorno del Marketing Global

PARTE 1: ENTORNO ECONÓMICO GLOBAL

Visión General de la Economía Mundial

- **Concepto de Integración económica** (entre países):
- Proceso a través del cual dos o más mercados nacionales, previamente separados, se unen para formar un mercado de una dimensión mayor.
- *La integración económica a nivel de negocios puede ser vertical (caso Arcor) u horizontal que implica la compra o fusión de una empresa con otra (caso Disco - Jumbo).*
- La convergencia de todas estas integraciones permite a las empresas producir en el lugar del mundo que le sea más conveniente, ya sea con capacidad propia o de terceros (contratados).
- Las economías regionales cobran relevancia a la hora de definir puntos de producción y, a su vez, los países se plantean como estrategia atraer inversiones ya que éstas generarán empleo y dinamizarán la economía local

Sistemas económicos

- Tradicionalmente, los economistas usaban dos criterios para clasificar los sistemas económicos:
- 1) Propiedad de los Recursos (a quién pertenecen los bienes y las empresas)
- 2) Método predominante de Asignación de Recursos (economía de libre mercado o economía controlada por el estado).

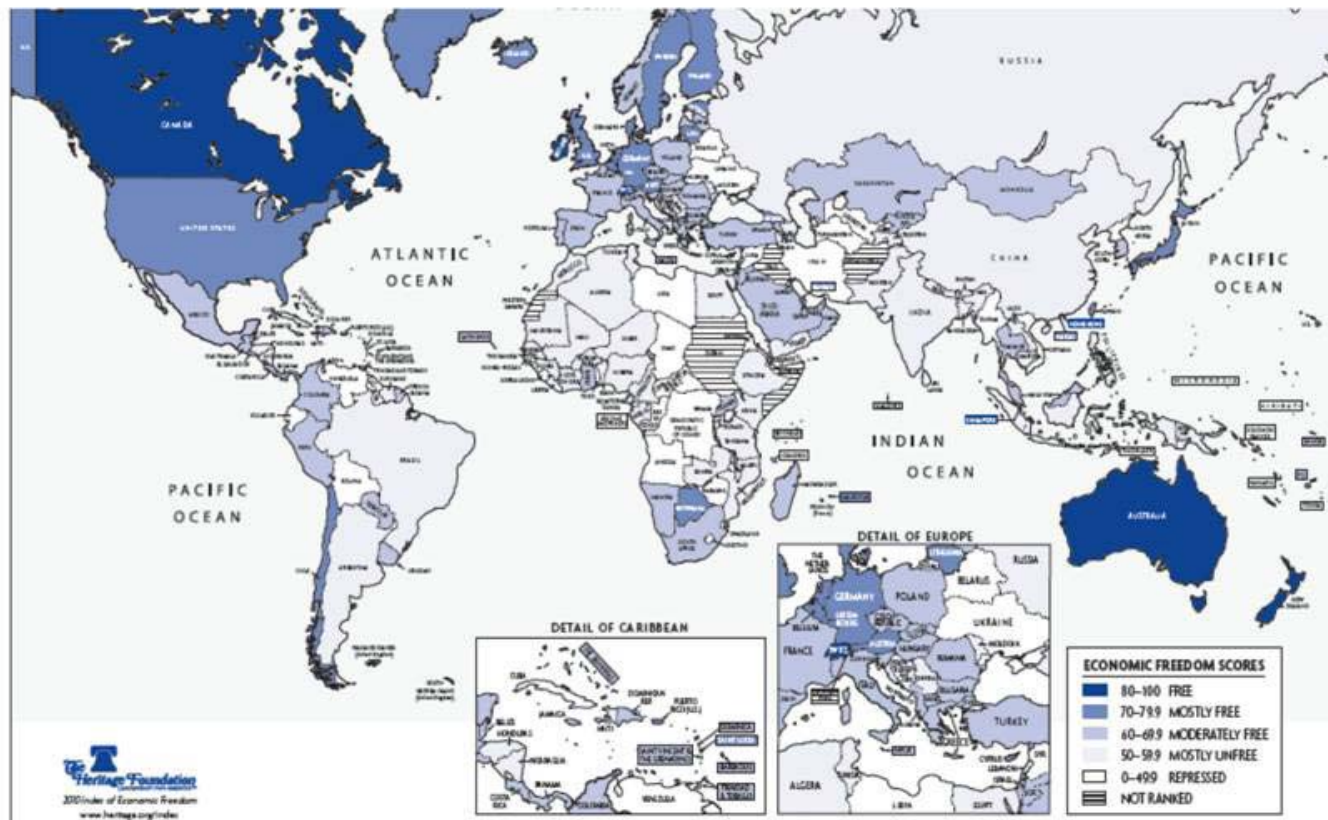
| | Asignación de los Recursos: Mercado | Asignación de los Recursos: Gobierno |
|------------------------------------|--|---|
| Propiedad de los recursos: Privada | Capitalismo de mercado | Capitalismo centralmente planificado |
| Propiedad de los recursos: Estatal | Socialismo de mercado | Socialismo centralmente planificado |

- Si bien la globalización torna difícil encasillar a las economías en algún punto de esta matriz, es interesante rescatar los conceptos básicos de cada tipo como base de análisis

Ranking de libertad económica

Business Freedom | Trade Freedom | Fiscal Freedom | Government Spending | Monetary Freedom |
Investment Freedom | Financial Freedom | Property rights | Freedom from Corruption | Labor Freedom

- 1 Hong Kong
- 2 Singapore
- 3 Australia
- 4 New Zealand
- 5 Switzerland
- 6 Canada
- 7 Ireland
- 8 Denmark
- 9 United States
- 10 Bahrain
- 11 Chile
- 12 Mauritius
- 13 Luxembourg
- 14 Estonia
- 15 The Netherlands
- 16 United Kingdom
- 17 Finland



Transparencia y corrupción

Transparency International elabora el Corruptions Perceptions Index, partiendo de una definición de corrupción que implica el abuso de poder para beneficio privado. Esta definición abarca prácticas corruptas tanto en el sector público como privado.

El ranking ordena a los países de acuerdo con la percepción de corrupción en el sector público.

En 2012 Dinamarca, Finlandia y Nueva Zelanda ocupan el primer lugar seguidos por Suecia, Singapur, Suiza, Australia, Noruega, Canadá y Holanda.

Somalia, Corea del Norte, Afganistán, Sudán y Myanmar se ubicaron en los últimos puestos .

De nuestra región, Chile y Uruguay se destacaron como muy limpios (21 y 24), Brasil obtuvo el puesto 69 y Paraguay el puesto 146. Argentina ocupa el puesto 102 (sobre 174 naciones)

Etapas del Desarrollo del Mercado

- No todas las economías del mundo se encuentran en el mismo estado de desarrollo.
- Hay países “ricos” (como la mayor parte de Europa) y países “pobres” (como la mayor parte de África). Otros están experimentando una explosión en cuanto a su desarrollo (como China).
- Principales Indicadores:
 1. PBI per cápita.
 2. Crecimiento de la Población.
 3. Estructura Ocupacional.
 4. Urbanización.
 5. Consumo per cápita.
 6. Infraestructura.
 7. Condiciones Sociales: alfabetización, expectativa de vida, sistema de salud, ingesta calórica , mortandad infantil.

Etapas del Desarrollo del Mercado

- El PBI (Producto Bruto Interno) es el valor total de mercado de todos los productos y servicios producidos por un país en un año.
- Es una medida de actividad económica que indica cuánto produce un país. Se suele asumir que, cuanto más produce un país, más desarrollado está.

De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional, en 2010 el PBI de Suiza fue de U\$S 325 MM y el de India fue de U\$S 4.001 MM. ¿Qué país es más desarrollado ?

Una de las clasificaciones más utilizadas es la que realiza el Banco Mundial.

Esta basada en el PBI (producto bruto interno) per cápita y divide a los países en:

- a) países de bajos ingresos,
- b) países de ingreso medio-bajo,
- c) países de ingreso medio-alto,
- d) países de altos ingresos.

Países de bajos ingresos

PBI per cápita menor a U\$S 905.

Muy poca industrialización.

Gran porcentaje de la población dedicada a actividades rurales básicas (para sobrevivir).

Países de ingreso medio - bajo

PBI per cápita entre U\$S 906 y U\$S 3.595.

Son países en donde el consumo se expande rápidamente.

Estos países suelen tener ventajas competitivas en industrias maduras, estandarizadas e intensivas, como fabricar juguetes e indumentaria.

Países de ingreso medio-alto

PBI per cápita entre U\$S 3.596 y U\$D 11.115.

La agricultura disminuye en su incidencia económica.

Aumenta el sector industrial y la urbanización.

Los salarios suelen ser más altos que los de los países de ingreso medio-bajo, pero aún menores que los de los países de ingreso alto.

Países de ingreso alto

- PBI per cápita mayor a U\$D 11.115.
- Ricos en petróleo, o países que experimentaron un crecimiento económico sostenido.
- Tienen un importante sector de servicios (más del 50% del PBI).
- Valoran el conocimiento por sobre el capital, lo que se traduce en preferencias de tecnología intelectual sobre tecnología mecánica así como científicos y profesionales sobre trabajadores semicalificados.
- Estados Unidos, Canadá, la mayor parte de Europa y Australia están dentro de este grupo.
- Se conocen como «**países desarrollados**».

Los BRIC

BRIC es un acrónimo que se usa para nombrar a Brasil, Rusia, India y China.

- BRIC también alude a “brick” la palabra inglesa que significa “ladrillo”.
- ¿Por qué se agrupa bajo ese nombre a estos países?
- Muy simple: se supone que serán los ladrillos sobre los que se construirá la economía mundial en los próximos años.

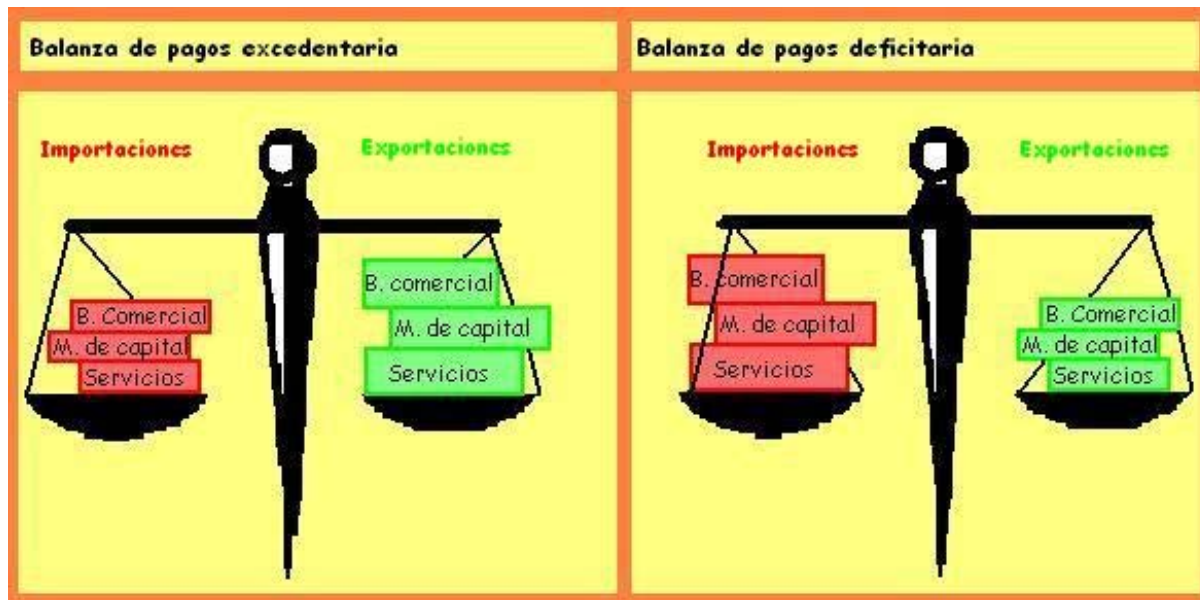


Desarrollo del mercado



Balanza de Pagos

- Es el registro de todas las transacciones entre los habitantes de un país y el resto del mundo.
- Expresa el valor monetario (usualmente en dólares norteamericanos) del intercambio de bienes, servicios, transferencias y movimientos de capital del país con el resto del mundo, durante un periodo de tiempo (generalmente un año).
- **La balanza de pagos se divide en:**
 - **cuenta corriente, y**
 - **cuenta de capital y financiera.**
- **A la diferencia entre la exportación e importación de mercancías se le conoce como balanza comercial.**



Balanza de Pagos



- Se dice que existe **déficit en la balanza de pagos**, cuando el total de ingresos en divisas, es inferior a las salidas: “se pagó más de lo que se cobró”

Una balanza de pagos presenta **superávit** cuando los ingresos por la venta de mercancías y servicios + los flujos de capitales, son superiores a las salidas de divisas.: “se cobró más de lo que se pagó”

Unidad 2

Entorno del Marketing Global

PARTE 2: MERCADOS REGIONALES Y ACUERDOS COMERCIALES

Mercado cambiario

- Compuesto por compradores y vendedores de divisas.
- Operaciones spot (son al contado).
- Operaciones con dólar futuro (ROFEX) donde se operan “opciones de venta (**put**) y opciones de compra (**call**) que otorgan el derecho (no la obligación) para vender o comprar una cantidad determinada de divisas a un precio fijo (strike) hasta la fecha de vencimiento de la opción.
- ***Devaluación: acción gubernamental de reducir el valor de la moneda local frente a otras monedas.***
- ***Revaluación: fortalecer una moneda local frente al dólar.***
- **Paridad del poder adquisitivo:** es la teoría que afirma que los tipos de cambio entre las diversas monedas deben ser tales que una moneda tenga el mismo poder adquisitivo en cualquier parte del mundo (índice Big Mac).

Mercados Regionales y Acuerdos Comerciales





































- La globalización impulsa (y es impulsada) por factores que llevan a los países a cooperar entre sí, mediante tratados y acuerdos que permiten:
- **a) adquirir ventajas recíprocas,**
- **b) resolver problemas complejos en forma conjunta, y**
- **c) atender intereses en territorios fuera de las naciones (océanos, espacio exterior, Antártida).**

Mercados Regionales y Acuerdos Comerciales




- Con el fin de coordinar las políticas económicas, existen varios grupos de países que se reúnen regularmente para compartir información y acordar ideas.
- **El G8, G20, G5 y la OCDE.**
- **La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)**, compuesta por 34 estados, cuyo objetivo es coordinar sus políticas económicas y sociales. Fundada en 1960 con sede central en París.






Países Miembros

| | |
|--|--|
|  Australia |  México |
|  Bélgica |  Nueva Zelanda |
|  Chile |  Países Bajos |
|  Dinamarca |  Noruega |
|  Alemania |  Austria |
|  Estonia |  Polonia |
|  Finlandia |  Portugal |
|  Francia |  Suecia |
|  Grecia |  Suiza |
|  Irlanda |  República Eslovaca |
|  Islandia |  Eslovenia |
|  Israel |  España |
|  Italia |  República Checa |
|  Japón |  Turquía |
|  Canada |  Hungría |
|  Corea |  Reino Unido |
|  Luxemburgo |  Estados Unidos |

Países candidatos para la adhesión

| | |
|--|--|
|  Rusia | |
|--|--|

Países en adhesión y cooperación reforzada

| | |
|---|---|
|  Brasil |  Indonesia |
|  China |  Sudáfrica |
|  India | |



<http://www.oecd.org>

La Comisión de la Comunidad Europea forma parte del trabajo de la OCDE.

Organización Mundial de Comercio (OMC)

- **OMC**: Foro de negociación + conjunto de normas + órgano para resolver conflictos.
- Adoptó los principios y acuerdos comerciales aprobados por el **GATT**, y sumó el comercio de servicios, la inversión, la propiedad intelectual, medidas sanitarias, higiene industrial, entre otros temas.
153 miembros → mas del 97 % del comercio mundial.
- **GATT**: Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT, General Agreement on Tariffs and Trade) de 1948, esta integrado por 23 países, bajo el auspicio de las Naciones Unidas, para abolir las cuotas y reducir los aranceles.
- Abrir los mercados en forma equitativa a cada uno de los demás países integrantes; cualquier forma de discriminación estaba prohibida.
- **Reemplazado por la OMC en 1995.**

Acuerdos comerciales preferenciales

La principal razón para establecer un **grupo regional de comercio**, es **aumentar el mercado**.

La mayoría de los grupos comerciales están integrados por países de la misma región del mundo por varias razones:

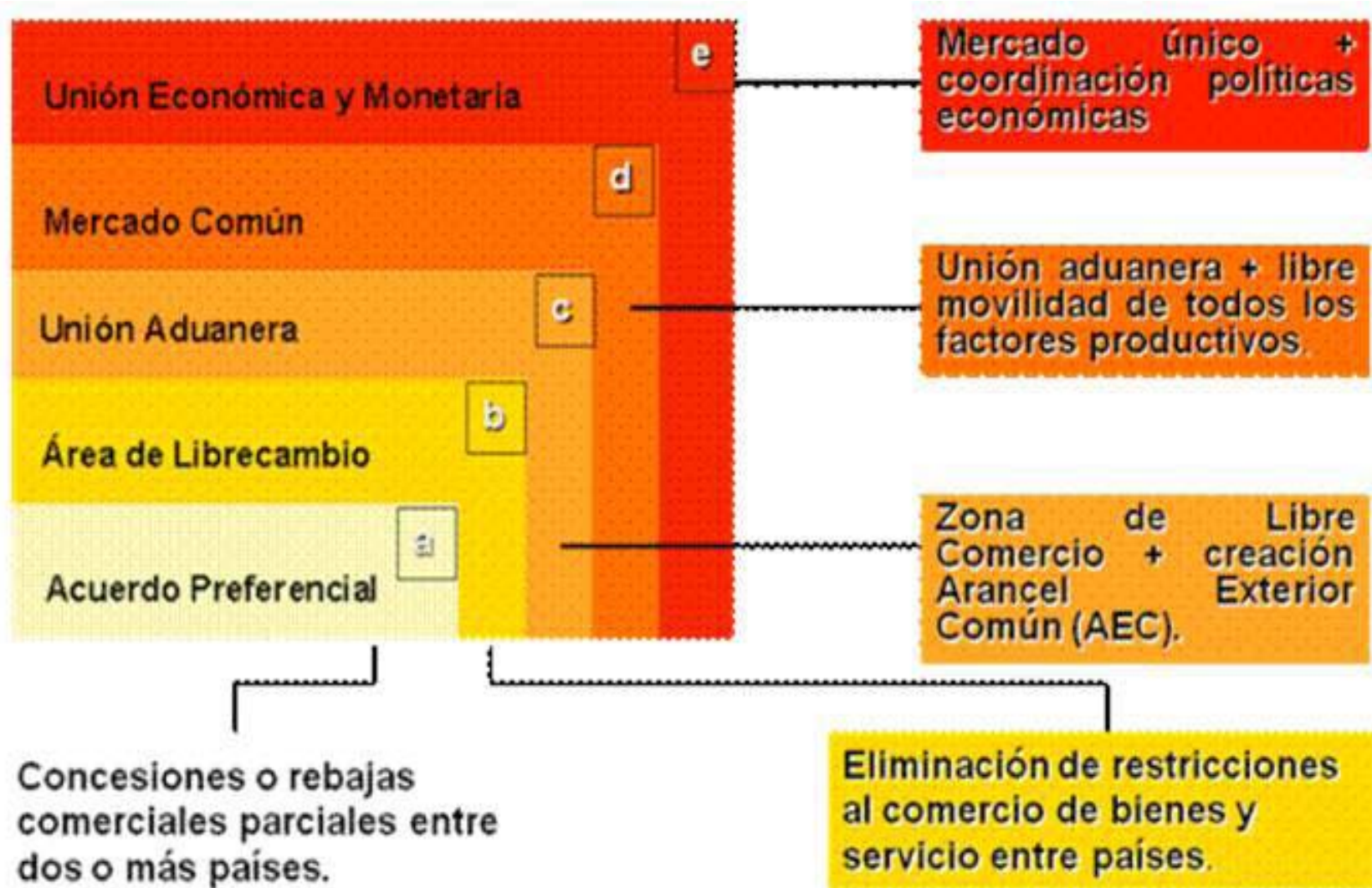
- Las distancias que deben recorrer los bienes entre esos países son cortas.
- Es probable que los gustos de los consumidores sean parecidos.
- Los países vecinos pueden tener una historia e intereses comunes.

Tratado de Libre Comercio (TLC)

- **TLC o FTA (Free Trade Area), dos o más países acuerdan eliminar aranceles y otras barreras que limitan el comercio.**
- **Los países pueden mantener políticas comerciales independientes con respecto a terceros países.**
- Dentro de los TLC existen reglas de origen y reglas de contenido regional:
- **Reglas de origen: las preferencias se aplican solamente a los productos fabricados dentro del área (y no a productos importados por uno de los miembros y luego revendidos).**
- **Reglas de contenido regional indican que, por lo menos el 50% del costo neto del producto, debe provenir de la región.**

Formas básicas de integración económica regional

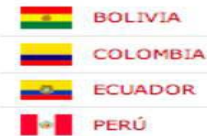
| Etapas de integración | Eliminación de Aranceles y Cuotas | Arancel Externo Común | Eliminación de restricciones al desplazamiento de factores | Unificación de instituciones y política económica y social |
|-------------------------------|--|------------------------------|---|---|
| Área de Libre Comercio | X | | | |
| Unión Aduanera | X | X | | |
| Mercado Común | X | X | X | |
| Unión Económica | X | X | X | X |



Acuerdos en América



PAÍSES MIEMBROS



BOLIVIA

COLOMBIA

ECUADOR

PERÚ

PAÍSES ASOCIADOS

Chile, Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay

- Los acuerdos regionales más importantes son:
- **Tratado de Libre Comercio de América del Norte** (TCLAN, NAFTA, North America Free Trade Area): Canada, USA y México.
 - **Sistema de Integración Centroamericana** (SICA) creado por los Estados de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá.
 - **Comunidad y Mercado Común del Caribe** (CARICOM, Caribbean Community and Common Market).
 - **Comunidad Andina de Naciones** (CAN): nació el 26 de mayo de 1969, integrada por Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú.

Acuerdos en América



- **Mercado Común del Sur (MERCOSUR):** Fue creado en 1991.
 - Estados partes: Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay y Venezuela.
 - Bolivia firmó su adhesión en Dic. 2012 faltando su ratificación.
 - Estados asociados: Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Surinam y Guyana
- Su meta principal es convertirse en una unión aduanera, con libre comercio dentro del bloque y un arancel externo común.***
- **Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR):** Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, Guyana, Paraguay, Perú, Surinam, Uruguay, Venezuela. Creado en 2008.

Acuerdos en Europa



- *La Unión Europea (UE): el más grande y completo de los grupos económicos regionales.*
- **28 estados miembros: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Croacia, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumanía y Suecia.**
- *Los estados candidatos son 3: Antigua República Yugoslava de Macedonia, Islandia y Turquía.*
- Los estados europeos que no son miembros de la UE son 17: Albania, Andorra, Armenia, Azerbaiyán, Bielorrusia, Bosnia y Herzegovina, Estado Ciudad del Vaticano, Georgia, Lichtenstein, Moldavia, Mónaco, Montenegro, Rusia, San Marino, Serbia, Suiza y Ucrania.



Unión Europea



- El **Consejo de la Unión Europea** (o Cumbre Europea) está compuesto por los jefes de estado de cada uno de los países miembros.
- La **Comisión Europea** proporciona liderazgo político, redacta leyes y dirige los diversos programas diarios de la UE.
- El **Parlamento Europeo** constituye el poder legislativo, el control del presupuesto y la supervisión de las decisiones ejecutivas.
- La **Corte de Justicia Europea** garantiza la interpretación y aplicación congruentes de los tratados de la UE.
- La **Ley Europea Única** se creó para eliminar las restantes barreras no arancelarias al comercio en Europa. La UE tiene un negociador en la OMC, que negocia en representación de todos los miembros de la UE.

Acuerdos en Asia

- **Comunidad de Estados Independientes (CEI, CIS Commonwealth of Independent States):** compuesta por 9 de las 15 ex repúblicas soviéticas: Armenia, Azerbaiyán, Bielorrusia, Kazajistán, Kirguistán, Moldavia, Rusia, Tayikistán, y Uzbekistán.
- **Asociación de Naciones del Sureste Asiático (ANSA, ASEAN, Association of Southeast Asian Nations):** organización regional de estados del sudeste asiático creada en 1967. Sus miembros son Brunei, Camboya, Indonesia, Laos, Malasia, Myanmar, Filipinas, Singapur, Tailandia y Vietnam
- **Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC, Asia-Pacific Economic Cooperation) (1989)** para promover la cooperación económica multilateral en comercio e inversión en la Cuenca del Pacífico. Está integrado por: Australia, Brunei, Canadá, Chile, Estados Unidos, Federación Rusa, Indonesia, Hong Kong (China), Japón, Malasia, México, Nueva Zelandia, Papua Nueva Guinea, Perú, República de Corea, República de Filipinas, República Popular China, Singapur, Taipei chino, Tailandia y Vietnam.
- ***La suma del PBI de las 21 economías que conforman el APEC equivale al 56 por ciento de la producción mundial y representan el 46 % del comercio global.***

Acuerdos de Medio Oriente

- **Gulf Cooperation Council (GCC, Consejo de Cooperación del Golfo) :** formado por Kuwait, Bahrein, Arabia Saudita, Qatar, Emiratos Árabes Unidos y Omán **(45% de las reservas de petróleo conocidas).**
Para lograr integración en asuntos económicos, sociales y culturales.
Su acuerdo incluye: eliminación de impuestos de aduana, unificación de regulaciones bancarias y coordinación financiera y monetaria.
Tienen como meta establecer en mercado común árabe.
- **Organization of Petroleum Exporting Countries (OPEC, OPEP, Organización de Países exportadores de Petróleo):** Argelia, Angola, Arabia Saudita, Ecuador, Emiratos Árabes Unidos, Irán, Iraq, Kuwait, Libia, Nigeria, Qatar y Venezuela.

Acuerdos en Africa

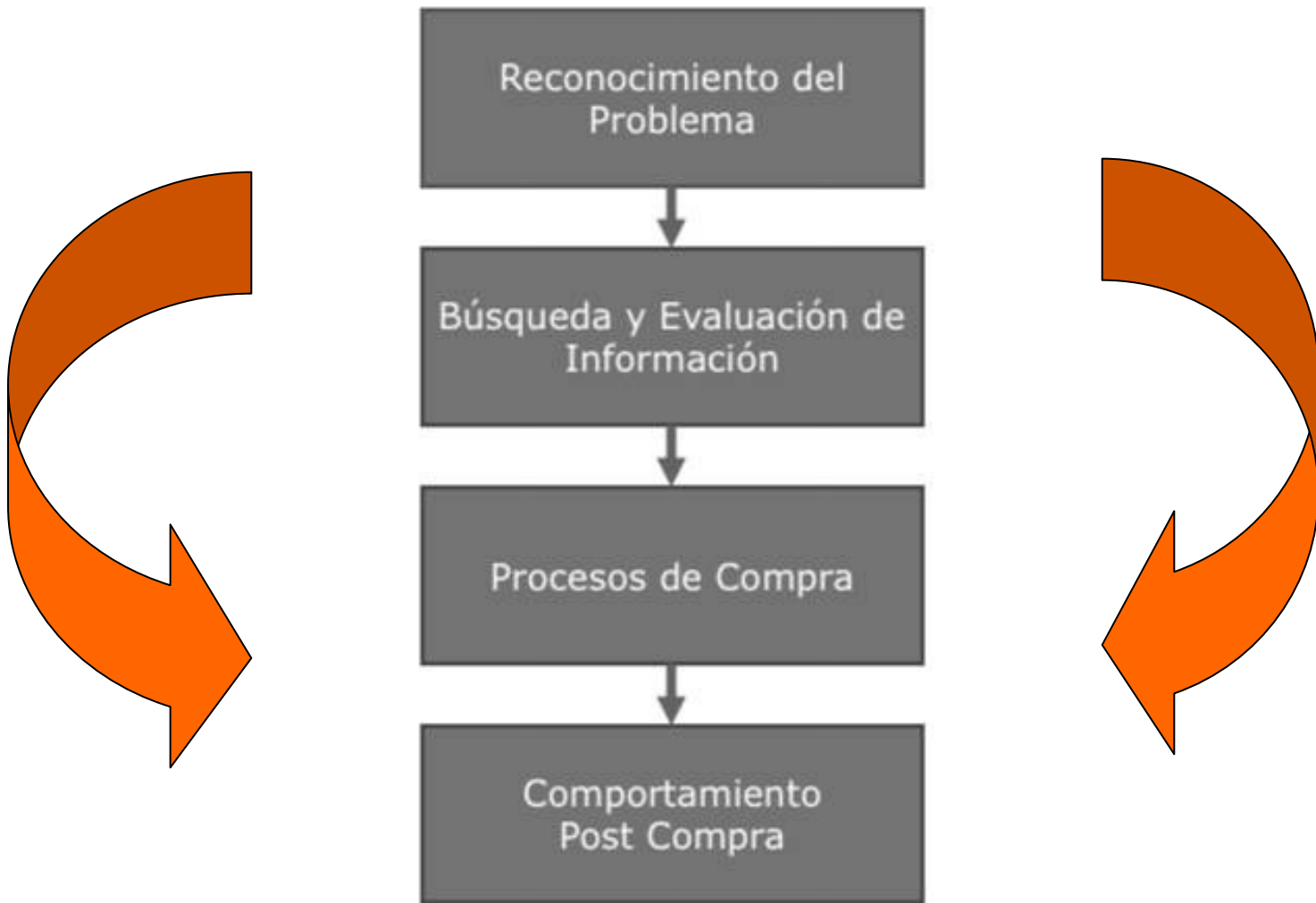
- África está dividida en 54 países, que a su vez se agrupan en 3 diferentes áreas: **La República de Sudáfrica**, **África del Norte** y **África Subsahariana**. Casi el 12% de la población mundial vive en África, aunque sólo cuentan con el 2% de la riqueza mundial.
- Muchos países africanos son antiguas colonias europeas, por lo que la UE sigue siendo el socio más importante del continente. Los acuerdos comerciales más importantes son: La Economic Community of West African States (ECOWAS), la East African Cooperation (EAC), y la South African Development Community (SADC).

Unidad 2

Entorno del Marketing Global

PARTE 3: ENTORNOS SOCIALES Y CULTURALES

Entornos sociales y culturales



Entornos sociales y culturales

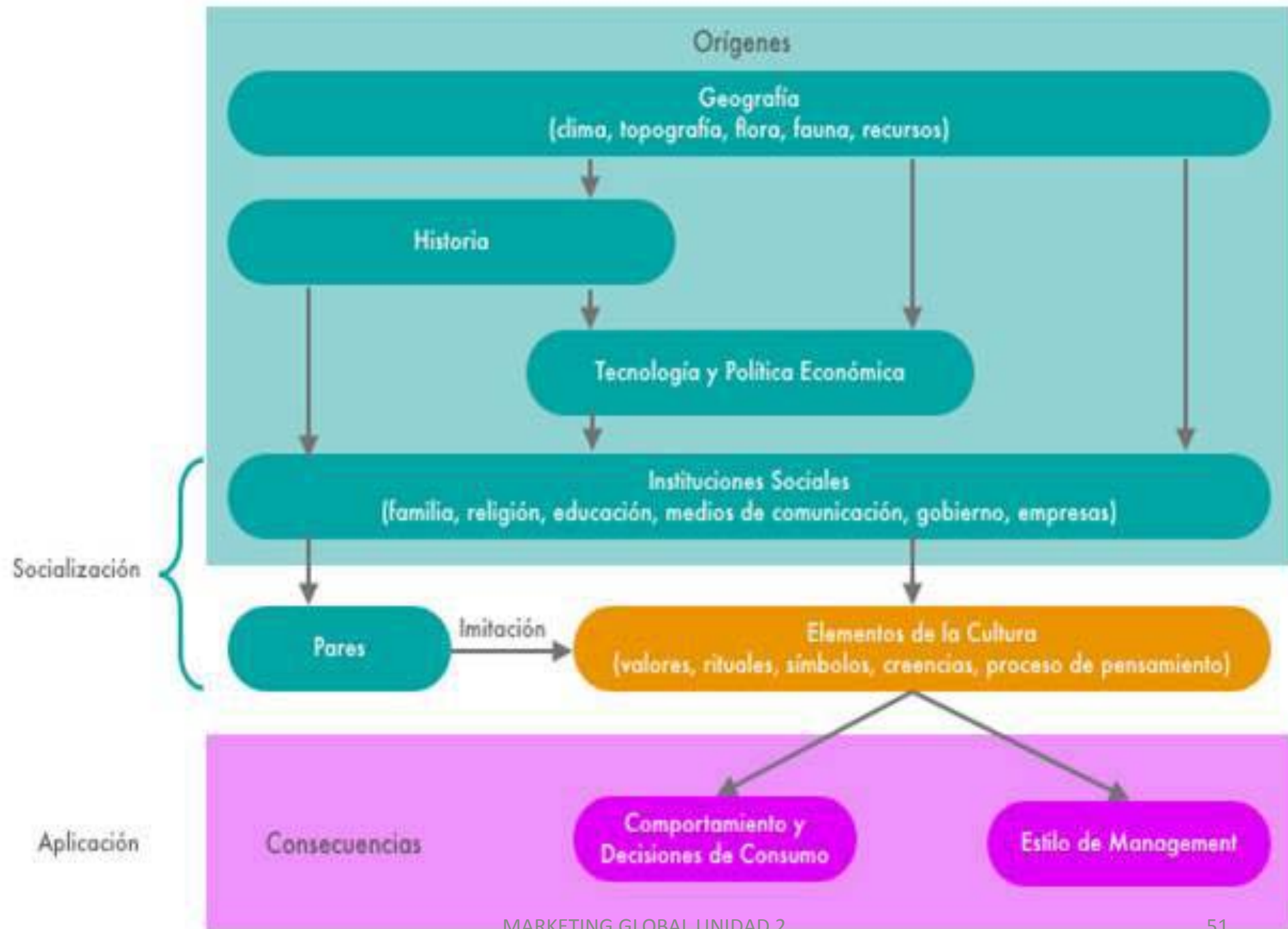


Cultura



- Cultura = modos de vida (construidos por un grupo de personas) , transmitidos de una generación a otra.
- Abarca: conocimientos, creencias, artes, normas morales, leyes, costumbres, y hábitos que el hombre adquiere por ser miembro de la sociedad.
- **La cultura se aprende** en las instituciones sociales: familia, religión, escuela, medios de comunicación, gobierno y empresas → **socialización**

Los especialistas en marketing global se focalizan en los aspectos culturales y entienden los orígenes de estas particularidades.



Cultura



- Elementos de la cultura:

Físicos (visibles): vestimenta, viviendas, arte, símbolos, rituales y herramientas.

Abstractos (invisibles): valores, las creencias, las percepciones y la comunicación.

- Valor
- Creencia
- Actitudes

Lenguaje se dice que el idioma es el espejo de una cultura

Significancias Culturales



Estados Unidos
Está bien.



Alemania
Estás loco.



Grecia
Gesto obsceno
acerca de un
orificio del
cuerpo.



Francia
Cero. No vale la
pena.



Japón
Dinero,
especialmente
cambio.

Tipología Cultural de Hofstede

- **Geert Hofstede** demostró que existen agrupamientos culturales a nivel regional y nacional que afectan el comportamiento de las sociedades (y de las organizaciones).
- Creo el “**Modelo de las Cinco Dimensiones**” para identificar los patrones culturales de diferentes grupos.

Estas dimensiones son:

- **1.- Índice de Distancia al Poder.**
- **2.-Individualismo.**
- **3.- Masculinidad.**
- **4.- Índice de Evasión de la Incertidumbre.**
- **5.- Orientación a Largo Plazo.**

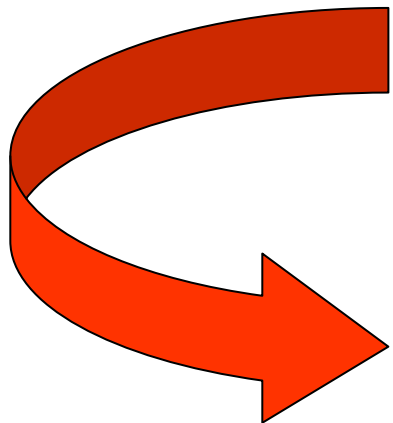
Unidad 2

Entorno del Marketing Global

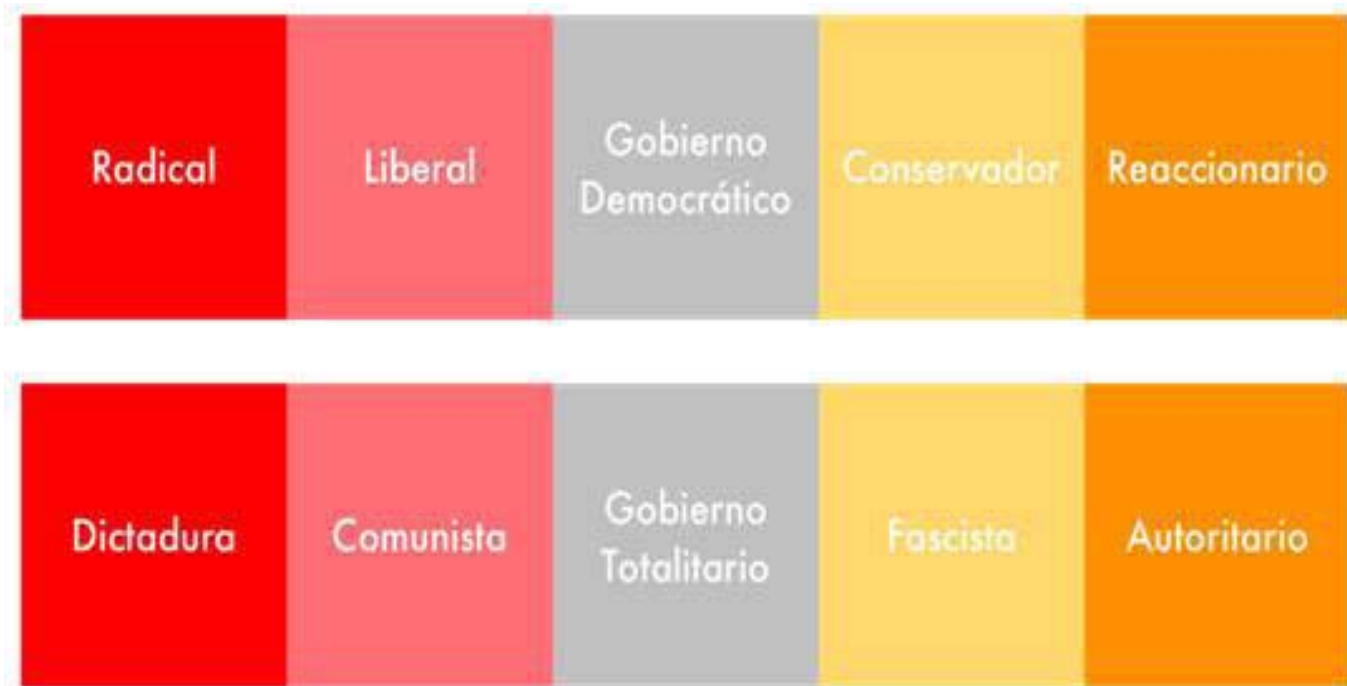
PARTE 4: ENTORNOS POLÍTICO Y LEGAL.

Sistema Político

- Conjunto de **instituciones gubernamentales, partidos políticos y organizaciones** a través de las cuales las personas y los gobernantes de un país ejercen el poder.
- **Las personas (y empresas) se vinculan entre sí bajo las normas de este sistema.**



Ideologías políticas



Factores a considerar

- Riesgo político.
- Impuestos.
- Embargo de bienes (expropiación, confiscación, nacionalización).
- Leyes internacionales.
- Leyes civiles, comerciales y penales de cada país (ley islámica).
- Jurisdicción.
- Propiedad intelectual: patentes, marcas comerciales, copyrights.
- Leyes antimonopolio.
- Posición frente al soborno y la corrupción.

Factores a considerar

Distintos tipos de violación de la propiedad intelectual.

- **Falsificación: copia y producción ilegal de un producto.**
- **Imitación: uso de una marca similar a una marca reconocida.**
- **Piratería: publicación o reproducción ilegal de una obra protegida por copyright.**
- **Litigio (juicio) en el marco del derecho internacional y en una corte, conciliación (mediación, no es legalmente vinculante), arbitraje (mediante un organismo internacionales reconocido por las partes, su resolución es legalmente vinculante).**

CASO MC DONALDS

Caso de Keegan