

# RESOLVER LAS NECESIDADES DE CADA MERCADO EXTRANJERO

**NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN:**  
MUSTANG

**País:**  
España

## RESUMEN

Mustang, empresa de calzado orientada a la exportación, decidió internacionalizarse hace 10 años, abriendo su propio centro de operaciones en China, y diversas oficinas en Estados Unidos, entre otras.

### PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN

Mustang se fundó en 1961, y desde el principio la exportación de sus zapatos fue un aspecto importante para los fundadores. Por ello, a medida que la empresa conseguía ser líder entre su grupo objetivo (mujeres jóvenes), nunca se perdió en su mente la idea de expandirse internacionalmente.

Objetivo:

- Convertirse en una marca de calzado mundialmente reconocida
- Mantener una posición ventajosa en la mente del consumidor



Para lograrlo, la empresa controla profundamente sus productos, asegurándose de que su forma, colores y materiales se ajusten a las expectativas del grupo objetivo. Además, la empresa siempre ha utilizado herramientas de comunicación innovadoras con sus consumidores, moviéndose con el contexto que viven las mujeres jóvenes. Las clientas se sienten atraídas por su uso de la cultura, la música, el trabajo con las últimas tendencias, la colaboración con influencers... sus eventos y acciones de marketing siempre han buscado estar en sintonía con la mentalidad de sus potenciales consumidoras.

Sin embargo, su internacionalización no sólo depende de su estrategia de comunicación. Mustang ha conseguido entrar en más de 30 países a través de una estrategia que combina el uso de agentes y distribuidores, según el mercado. Además, Mustang ha abierto un centro en Hong Kong, para estar más cerca del mercado asiático.

Otro aspecto interesante del éxito de la internacionalización de Mustang ha sido el uso de "Crash Tests". En estos eventos, la empresa pone a prueba todas sus ideas, no sólo de productos sino también de proyectos de comunicación, publicidad, etc., permitiendo que las diferentes personas que trabajan en la empresa aporten su opinión e inquietudes sobre cada una de ellas. Estos eventos se realizan desde un punto de vista internacional, y también sirven como punto de encuentro para coordinar las colecciones y asegurar que funcionarán en los diferentes mercados.

### ASPECTOS CLAVE

1. Definir el grupo objetivo
2. Definir el producto asegurándose de que se ajusta a las expectativas del grupo objetivo
3. Definir la campaña de comunicación
4. Asegurarse de que el mensaje se ajusta a las expectativas del grupo destinatario
5. Recordar siempre que cada país tiene visiones y expectativas diferentes

## DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Mustang es una empresa valenciana de calzado centrada en la fabricación de zapatos para mujeres jóvenes.

Tienen más de 2.000 espacios de venta en España y están presentes en más de 30 países. Son líderes de venta entre su público objetivo, con gran notoriedad en España.

Página web:  
[www.mustang.es](http://www.mustang.es)



**Fuente:**

[https://cincodias.elpais.com/cincodias/2010/09/13/empresas/1284385199\\_850215.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2010/09/13/empresas/1284385199_850215.html)