

**MERCADOS INTERNACIONALES**

T

I

P

O

S

D

E

M

E

R

C

A

D

O

S

Debilidades

Fortalezas

Riesgos de Mercados

Gestión del riesgo de Mercado

Análisis Interno

Descubrir aspectos más competitivos

Descubrir áreas o factores que deben mejorar

Medida del riesgo de Mercado

* M. del Consumidor
* M. Productor o Industrial
* M. del Revendedor
* M. del Gobierno

Según el tipo de cliente

TIPOS DE MERCADOS

Análisis Externo

Desde el punto de vista geográfico

Amenazas

Oportunidades

Diferentes tratados entre países

Deteriora el posicionamiento de la empresa

* M. de Producto o Bienes
* M. de Servicios
* M. de Ideas
* M. de Lugares

Según el tipo de producto

SEGMENTACIÓN

DE MERCADOS

Es el proceso de dividir o clasificar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes.

El propósito de la segmentación de mercados es la de alcanzar a cada subconjunto con actividades específicas de mercadotecnia para que una empresa pueda lograr una ventaja competitiva.

* M. de Materia Prima
* M. de Fuerza de Trabajo
* M. de Dinero

Según el tipo de recurso

* M. de Competencia Perfecta
* M. de Competencia Imperfecta

Según la competencia establecida

CONCLUSIONES

MERCADOS COMERCIALES





* Los mercados Internacionales es la capacidad productiva de una nación, y esto conlleva al bienestar de la población
* Cada nación del mundo debe centrarse en los bienes y servicios donde sea más competitivo, y así pueda abastecer al resto de países.
* Para que un país pueda incrementar su economía se debe favorecer a las exportaciones en las microempresas y facilitando capacitaciones para los pequeños empresarios con el fin de tener un buen producto e intensificar los puestos de trabajo.

**PREGUNTA:**

****

Preguntas:

**TIPOS DE SEGMENTACION DE MERCADOS:**

* Estrategia No Diferenciada
* Estrategia Concentrada
* Estrategia Diferenciada

**VARIABLES DE SEGMENTACIÓN DE MERCADOS**

* Segmentación Geográfica
* Segmentación Demográfica
* Segmentación Pictográfica
* Segmentación Conductual
* Segmentación Profunda
* Segmentación por categoría de cliente
* REQUISITOS PARA UNA BUENA SEGMENTACIÓN :
* **CARRERRA PROFESIONAL:** Administración de Negocios Internacionales
* **SECCIÓN:**1
* **CURSO:** Comunicación
* **TEMA:**
* **DOCENTE:**
* Bengolea Bengolea, Carla
* **COORDINADOR:**
* **INTEGRANTES:**

¿Cómo podemos medir la competitividad empresarial?

2019