



Nombre del alumno: Jorge Arturo Estrada Borráz

**Nombre del profesor: YANETH DEL ROCIO ESPINOSA
ESPINOSA**

Materia: EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico

Grado: Noveno cuatrimestre

Aspectos Mercadológicos

Canales de Distribución

En general, un canal de distribución es la ruta que sigue un producto desde la etapa de producción hasta su adquisición y consumo por parte del cliente.

Clasificación de los canales de distribución:

- Mayorista: Establecimientos encargados de distribuir y vender productos a minoristas.
- Minoristas: Establecimientos responsables de vender productos al consumidor final.
- Agentes: Individuos o compañías que distribuyen y venden productos de terceros al consumidor final.
- Intermediarios: Componentes del canal que facilitan la distribución del producto a los segmentos de mercado correspondientes.

Mercadotecnia internacional

La relevancia del marketing internacional es posicionar la marca o producto en el extranjero debido a la globalización.

Su principal objetivo radica en fidelizar a consumidores a nivel global, mientras analiza los segmentos de población de otros países y sus preferencias.

Estrategias competitivas

Se refiere a estrategias competitivas para posicionar un producto o marca en un mercado competitivo, distinguiendo tres principales.

- Estrategias de bajo costo
- Estrategias de Diferenciación
- Estrategias de enfoque

Las estrategias de bajo costo buscan posicionar un producto por debajo del precio de la competencia para obtener ganancias a través de un alto volumen de ventas.

A diferencia del anterior, se enfoca en atribuir características especiales a un producto para que se destaque por su prestigio y exclusividad, más allá de su precio, asociándolo con calidad.

Se refiere a enfocarse en un público objetivo específico al desarrollar un producto que satisfaga sus necesidades, pudiendo ser exclusivo o especializado.

Recursos Humanos

Dentro de una empresa, el departamento de recursos humanos administra el capital humano, actuando como puente entre las estrategias de dirección y las necesidades del personal.

Principales actividades:

- Contratar al mejor personal.
- Capacitar a los trabajadores.
- Estimular constantemente.
- Retener a los talentosos y beneficiosos para la organización.