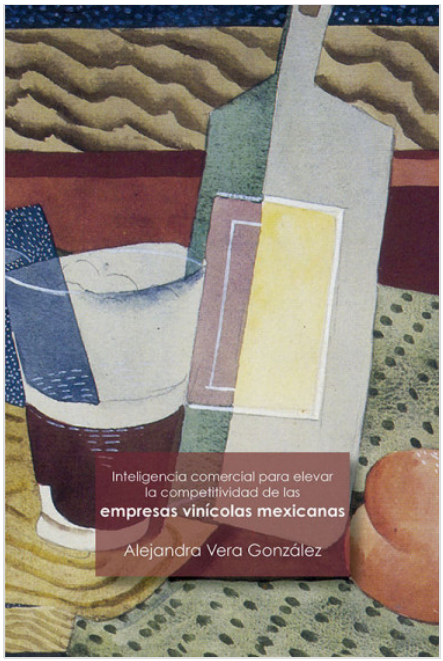
Inteligencia comercial para elevar la competitividad de las empresas vinícolas mexicanas

Autor

Alejandra Vera González

Sinopsis

Esta obra presenta las estrategias de inteligencia comercial que utilizan empresas vinícolas chilenas y mexicanas en el mercado de vinos en México como medio para elevar su competitividad. Por medio del análisis de las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter, la autora identifica los elementos que permiten elevar la competitividad de las empresas mexicanas que participan en este sector productivo y propone alternativas para que el vino mexicano logre un mejor posicionamiento en el mercado nacional en el cual compiten numerosas empresas extranjeras. Algunos elementos que considera este modelo son: valor agregado en el producto, calidad, precio, imagen y capacidad de distribución. Se proponen estrategias viables para los distintos actores de la cadena de producción, comercialización y consumo.



E-Book

Año de publicación: 2014

Presentación: Digital: descarga y online

ISBN13: 9786070258060

AV

Sobre el autor

Alejandra Vera González

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen