

country similarity theory (teoría de la similitud de países)

Término	country similarity theory
Idioma	Inglés (Estados Unidos) (214)
Área Especialidad	Ciencias Sociales (405)
Disciplina	Relaciones Internacionales (523)
Temática	Teorías de las relaciones internacionales
Definición del término	Trade between countries with similar political and economic interests is more common than between countries that differ.
Fuente / Autor (del término)	MBA Knowledge Base. (2024). Mbaknol.com. Recuperado el 19 de diciembre de 2024, de https://www.mbaknol.com/international-business/country-similarity-theory-of-international-trade/
Contexto del término	According to the Swedish economist Steffan Linder, the country should export the goods it produces in excess, and the target external market should be the market in which the preferences of potential consumers coincide with the preferences of domestic consumers, therefore the theory is called the country similarity theory.
Fuente / Autor (del contexto)	Gutium, T. (2021). ANALYSIS OF TRADING PARTNERS’PRACTICES FOR IMPROVING THE COMMERCIAL POLICY OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA. REVISTA ECONOMIA CONTEMPORANĂ, 6(1), 159-172.
Equivalente en español	teoría de la similitud de países

Categoría gramatical	Nominal (221)
Información geográfica de la variante en español	Colombia (Col.) (193)
Definición del término en español	Según la teoría de la similitud de países, una vez que una empresa ha desarrollado un producto como respuesta a las condiciones observadas en el mercado doméstico, se dirigirá hacia los mercados que considere más similares al suyo además, los mercados de los países industrializados pueden apoyar los productos y sus variaciones.
Fuente / Autor (del término en español)	La Teoria de La Similitud de Los Paises. (2022). Scribd. Recuperado el 19 de diciembre de 2024, de https://es.scribd.com/document/665122208/La-Teoria-de-La-Similitud-de-Los-Paises
Contexto del término en español	3.3.17 Teoría de la similitud de los países. Dicha teoría se fundamenta en la idea de que las compañías crean nuevos productos en respuesta a las condiciones que exige el mercado local. Una vez se haya satisfecho dicha condición, se presta gran atención a los mercados que más se asimilan a las condiciones del producto y en especial en los países donde el ingreso per cápita es mayor.
Fuente / Autor (del contexto en español)	Jaramillo Cueto Chambo, A., & López Martínez, L. F. (2019). Plan de mercadeo internacional para Chocolate Premium Colombiano.