

AMBIENTE TECNOLÓGICO E INFRAESTRUCTURA

El ambiente tecnológico e infraestructura en marketing internacional se refiere al nivel de desarrollo tecnológico, la disponibilidad de herramientas digitales y la calidad de la infraestructura física y de servicios en un país o región, tales como transporte, telecomunicaciones, energía y acceso a internet.

Este aspecto influye de forma determinante en cómo se produce, cómo se distribuye, se promociona y se consume un producto. No considerarlo puede dar paso a la creación de estrategias ineficaces y altos costos.

Un ejemplo de cómo las empresas crean sus estrategias basándose en este aspecto, es Amazon en Latinoamérica. En países como Brasil o México, Amazon ha enfrentado retos logísticos debido a la infraestructura vial y de entrega y ha tenido que construir sus propios centros de distribución.

Referencia:

Peñaloza, Marlene. (2019) *La tecnología en la evolución del marketing*. Revista Perspectiva Empresarial.
Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/6722/672271534006.pdf>