



CONTEXTO INTERNACIONAL

En una economía cada vez más interconectada, la mercadotecnia internacional es el medio perfecto para que las empresas crezcan sus operaciones fuera de las fronteras nacionales. El proceso de globalización, impulsado por factores económicos, tecnológicos y culturales, ha visto nacer a un consumidor global con nuevas expectativas y comportamientos.

Las empresas se visualizan en un lugar dónde deben comprender el contexto internacional, adoptar orientaciones estratégicas adecuadas y aplicar una mezcla de mercadotecnia adaptada a diversos mercados (aquellos donde están presentes). Además, y sin olvidar que también se debe atender y analizar el entorno externo (los factores económico, demográfico, cultural, político y tecnológico) que permite una mejor toma de decisiones en la selección y segmentación de mercados meta.

Este panorama ofrece una visión integral de los factores que influyen en el desarrollo y la implementación de estrategias de mercadotecnia en el ámbito global.