



**Nombre de alumno: Paola Jasmin
Martinez Morales**

**Nombre del profesor: Icel Bernardo Lepe
Arriaga**

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Mercadotecnia

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 5°

Grupo: c

Frontera Comalapa, Chiapas a 30 de Enero de 2021

Introducción

Este ensayo se trata sobre el entorno de la mercadotecnia. Para entender el tema primero definiremos que es la mercadotecnia, ¿Qué es exactamente la mercadotecnia?

Mercadotecnia. Es la serie de actividades al interior de un conjunto de procesos en los que se identifica necesidades y deseos latentes de un público.

Este ensayo nos ayudara a saber cuál es el entorno de la mercadotecnia. Esta información nos servirá de mucha ayuda para las personas que quieran saber qué tipos de mercados y consumidores existen y nos ayudara a distinguirlos de acuerdo con los actos que hagan. También nos ayudara a saber más información sobre el micro entorno, macro entorno, macro ambiente externo, microambiente externo y lo factores del marketing en la empresa.

Unidad II. Entorno de la mercadotecnia

2.1. Mercado y consumidor

Son todos los compradores potenciales que buscan satisfacer sus necesidades con productos o servicios. Son las personas que ponen productos a disposición de individuos con necesidades, a cambio de dinero.

Concepto de consumidor y su comportamiento

El consumidor es el que compra el producto con el fin de usarlo ya sea bienes o servicios. El comportamiento del consumidor. Es el acto o proceso de compra en el que los consumidores finales adquieren el producto o servicio, que satisfaga sus necesidades con el fin de usarlo.

Definición de las categorías de mercado: Potencial y cautivo.

Potencial. El mercado potencial son los clientes o individuos que compran en tu empresa o a veces con tu competencia ya que a veces le satisface mejor su necesidad. Porque hay clientes que compran sus productos siempre de una sola marca y si no lo encuentran en una tienda se van con la competencia.

Cautivo. El mercado cautivo es cuando los clientes compran el producto que necesitan de una sola marca o el mismo producto que compran siempre, ya que cada vez que el cliente va a comprar el producto que necesita piensa en el producto que mejor le satisface.

Tipos de mercado

Hay muchos tipos de mercado eso depende del giro de la empresa.

Tipos de mercado desde el punto de vista geográfico

Estos tipos de mercados se dividen en: Mercado internacional, Mercado nacional, Mercado regional, Mercado regional, Mercado de intercambio comercial al mayoreo, Mercado metropolitano, Mercado metropolitano y Mercado local.

Tipos de mercado desde el punto de vista del cliente. Mercado de consumidor, Mercado del producto, Mercado del revendedor, Mercado del gobierno y Mercado internacional.

Mercado de consumidores. Es el tipo de mercado en la que los consumidores que compran los productos lo usan para su uso personal, no para revenderlos.

Mercado organizacional, industrial, de revendedores, de gobierno.

Organizacional. Es similar al mercado de consumo la principal diferencia se encuentra en la estructura del mercado.

Características de los mercados de negocios.

Mercado industrial. Es en donde compran la materia prima para la producción de otros bienes y servicios.

Mercado de revendedores. Es en donde los consumidores potenciales le compran a los proveedores y de ahí lo vuelven a vender en sus negocios a los consumidores finales.

Mercado del gobierno. Es en donde compran lugares para desempeñar funciones de gobierno.

2.2. Micro entorno y Macro entorno

Entorno del marketing.

Micro entorno. Son la compañía, los proveedores, intermediarios de marketing, mercados de clientes, competidores y público que inciden en la capacidad de servir al cliente.

Macro entorno. Es la fuerza demográfica, económica, natural, tecnológica, política y natural.

Macro ambiente externo. Las fuerzas macro ambientales son: la demografía, las condiciones económicas, la competencia, las fuerzas sociales, culturales, políticas, legales y la tecnología.

Microambiente externo. Las fuerzas micro ambientales son: el mercado de la empresa, sus proveedores y sus intermediarios del marketing.

El entorno externo del marketing. Factores dentro del entorno externo se clasifican como demográficos, económico, competitivos, políticos, legales y tecnológicos.

Factores sociales. Son las actitudes, valores y estilo de vida que influye en los productos que compran las personas.

Factores demográficos. Es en donde se investiga cuantas personas viven en la comunidad, complementándolo con las características de las personas.

Factores económicos. Es importante que los gerentes del marketing estén al pendiente con el entorno económico.

Factores tecnológicos y de recursos. Este es muy importante para la empresa ya que la tecnología nos puede ayudar a reducir los costos de producción, y también nos puede ayudar para desarrollar productos nuevos y mejorados.

Factores políticos y legales. Los gerentes del marketing tienen el deber de comprender las leyes y cumplir los reglamentos.

Factores competitivos. Es el número de negocios o competencias que debe de enfrentar tu empresa.

Conclusión

La evidencia que se mostró anteriormente tiene la finalidad de demostrar que es muy importante saber cuál es el entorno de la mercadotecnia y que tiene que ver con los comerciantes y los civiles.

Por ejemplo cuando las personas van a poner una empresa o negocio tienen que ver primero las competencias que hay alrededor, también la cantidad de personas que viven alrededor del lugar, conseguir los proveedores para la empresa y checar otros más.

Todas las veces que los comerciantes les compran a los proveedores se consideran compradores potenciales, y cada vez que las personas civiles les compran a los comerciantes son considerados compradores finales.

El entorno de la mercadotecnia está conformado por la macro entorno y la micro entorno y dentro de ellas existen factores importantes que son fundamentales para la empresa.

Finalmente, este proyecto fue muy interesante ya que al ver todo el entorno del marketing o la mercadotecnia aprendí los factores de ella misma.