



Nombre del alumno: Julia Rodriguez Bustos

Nombre del profesor: Gerardo Garduño Ortega

Nombre del trabajo: Súper Nota

Materia: Sustentabilidad y Responsabilidad Social Empresarial

Grado: 8vo. Cuatrimestre

Grupo: A

Comitán de Domínguez, Chiapas a 03 de abril de 2022.

El micro y macro entorno de las empresas

ENTORNO DEMOGRÁFICO

La tasa de natalidad no para de disminuir, mientras que la esperanza de vida, como consecuencia de los avances en el tratamiento de las enfermedades, se prolonga continuamente.



ENTORNO ECONÓMICO

Contempla la evolución de las principales magnitudes macroeconómicas: ingreso nacional, tipo de interés, inflación, desempleo, tipo de cambio, balanza de pagos y carga fiscal.



ENTORNO CULTURAL Y SOCIAL

El incremento de los recursos económicos y del nivel cultural, así como la paulatina disponibilidad de más tiempo libre de grupos cada vez más numerosos de la sociedad mexicana, ha originado un cambio en los estilos de vida.



ENTORNO LEGAL Y POLÍTICO

Se produce lo que se ha denominado una desregulación, que da mayor protagonismo a las leyes del mercado y fomenta la competitividad. Por otra parte, tiene lugar también un proceso de privatización de sectores o actividades que habían estado tradicionalmente en el sector público.



ENTORNO TECNOLÓGICO

Los avances e innovaciones en los campos de la electrónica y la computación han revolucionado los procesos de producción, las comunicaciones y la transmisión y tratamiento de la información.



MEDIO AMBIENTE

En México existe una legislación que incluye normas para la protección del medio ambiente y obliga a las empresas a adaptar sus productos y procesos de fabricación a las especificaciones adecuadas para disminuir su impacto negativo en el entorno.



MICROENTORNO

Entendido como la parte que las organizaciones controlan y que afectan sus operaciones, se compone de 4 variables:

PROVEEDORES. Son organizaciones que proveen de servicios adicionales a otras empresas para poder desarrollar sus actividades.

INTERMEDIARIOS. Son personas y organizaciones por las que atraviesa un producto desde que se fabrica hasta que llega al consumidor final.

Los canales de distribución se dividen en: canal directo, canal corto y canal largo.

Los intermediarios se dividen en: minoristas y mayoristas.

AGENTES COMERCIALES. Son instituciones públicas y privadas que fomentan la actividad comercial. Se dividen en dos grupos:

- Los que protegen al consumidor.
- Los que protegen a las empresas.

COMPETENCIA. A pesar de ser una parte externa esta puede ser controlada a través de técnicas de mercado.

