



**Nombre de alumno: Gilary Garduño Alvarez**

**Nombre del profesor: Gerardo Garduño**

**Nombre del trabajo: Super Nota**

**Materia: Sustentabilidad y Responsabilidad Social Empresarial**

**Grado: 8vo cuatrimestre**

**Grupo: A**

# El micro y macro entorno de las empresas



El micro entorno entendido como la parte que las organizaciones controlan y que afectan sus operaciones se compone de 4 variables: proveedores, intermediarios, competencias e instituciones comerciales



## PROVEEDORES

Ninguna empresa sin importar su magnitud es 100% sustentable. Los proveedores son organizaciones que proveen de servicios adicionales a otras empresas. Estos servicios pueden ser logísticas, seguros, seguridad, limpieza, etc.



## INTERMEDIARIOS

Los canales de distribución se entienden como las personas y organizaciones por las que atraviesa un producto desde que se fabrica hasta que llega al consumidor.  
CANAL DIRECTO: cuando el producto va del fabricante hacia el consumidor final.  
CANAL CORTO: el proceso de distribución existe un intermediario.  
CANAL LARGO: 2.º más intermediarios



## MINORISTAS

Aquellos intermediarios que compran el producto fabricante y/o mayoristas y las venden con el consumidor final



## MAYORISTAS

Compran productos a fabricantes otros mayoristas y las venden a minoristas y a mayoristas.

**AGENTES COMERCIALES:**  
Son instituciones públicas y privadas que fomentan la actividad comercial, se dividen en 2



- 1. Los que protegen al consumidor:
- 2. Los que protegen a la empresa

PROFECO, COFREPRIS.  
Gremios, sindicatos, SE.  
COMPETENCIA: A pesar de ser una parte externa esta puede ser controlada a través de técnicas como benchmarking



# 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. Esto lleva a un menor crecimiento de la población y a una inversión en la pirámide poblacional, con un mayor número de adultos mayores y menor, en cambio, de jóvenes.



## ENTORNO ECONÓMICO

El análisis del 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 CULTURA Y SOCIAL

Los cambios culturales y sociales experimentados en la sociedad occidental han sido sustanciales en las últimas décadas. 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.



La red Internet permite el acceso a innumerables bases de datos de diferentes tipos (bibliotecas, culturales, empresas de servicios, etc.) y a otros usuarios, para intercambiar mensajes, datos y programas. Hoy en día el Internet se ha expandido considerablemente, ha modificado muchos de los esquemas de interacción con el consumidor y ha originado innumerables cambios en el campo de la mercadotecnia.



**MEDIO AMBIENTE**  
El medio ambiente ha adquirido una importancia creciente en los últimos años, no sólo por la defensa realizada por los movimientos ecologistas y por los partidos «verdes» en algunos países, especialmente en la Unión Europea, sino también por la mayor conciencia social que existe de los perjuicios que causan algunos productos y procesos industriales.

