

Factores de macroentorno

factores políticos y legales:

El sistema político es un aspecto amplio que abarca las normas e instituciones por medio de las cuales se gobierna una nación.



Los factores políticos consisten en: En un conjunto interrelacionados de leyes, agencias gubernamentales y grupos de presión que influyen y limitan la conducta de organización y personas en la sociedad.

fuerzas políticas y legales.

Son aspectos que intervienen más en las actividades de la mercadotecnia de una empresa que en cualquier otra área de sus operaciones.

Factores Culturales.

La cultura: Es considerada como la presentación de una serie de factores como son: Conocimientos, creencias, valores, arte, moral, leyes, costumbres y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad.

factores Sociales.

Las fuerzas sociales: influyen en la estructura y en la dinámica de individuos y grupos así como en sus problemas más importantes. La sociedad manifiesta lo que no desea en varias formas.

Factores demográficos.

Los que más afectan las decisiones mercadológicas de las empresas encontramos: edad, sexo, nivel socioeconómico, ocupación, profesión, nacionalidad, estado civil, tamaño de la familia, ingresos, religión y actividad.

Factores ecológicos.

Los consumidores son más conscientes del problema ecológico y lo expresan abiertamente, es un movimiento que no se limita a un país.

Factores económicos.

Las fuerzas económicas influyen en las reacciones de los consumidores ante las decisiones de mercadotecnia de una empresa.

Factores tecnológicos.

La tecnología es el conocimiento de cómo llevar a cabo tareas y lograr metas, con frecuencia este conocimiento proviene de la investigación científica.