

Nombre de alumnos: César Augusto Robles Pérez

Nombre del profesor: Gerardo Garduño

Nombre del trabajo: Súper Nota

Materia: Acción promocional

Grado: Sexto Cuatrimestre

Grupo: Medicina veterinaria y Zootecnia

Comitán de Domínguez Chiapas a 11 junio del 2022

Factores del macroentorno

Las Fuerzas Políticas y legales son aspectos que intervienen más en la actividad de la mercadotecnia de una empresa que en cualquier otra área de sus operaciones.

Se han promulgado leyes, decretos, reglamentos y normas que influyen en las decisiones y actividades de la mercadotecnia, afecta la fijación de precios, la publicidad, las ventas personales, la distribución y el desarrollo de productos y garantías de los mismos.

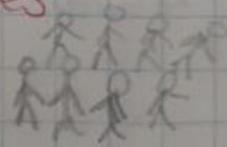
Factores culturales

Es considerada como la representación de una serie de factores como conocimiento, creencias, valores, arte, moral, leyes, costumbres y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad.

... esos valores motivan o frenan la decisión de compra de los consumidores por lo tanto la cultura de un determinado país es para el comportamiento de compra, la empresa debe conocerla para poder relacionarse con ella.

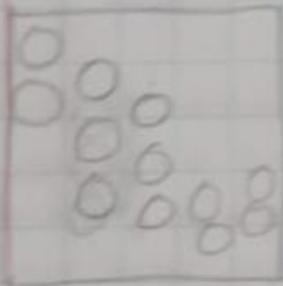
Factores sociales

Las fuerzas sociales influyen en la estructura y en la dinámica de individuos y grupos así como en sus problemas más importantes mediante sus legisladores crean leyes y organismos reguladores para prohibir o controlar a los vendedores desleales.



Factores demográficos

Dentro de los factores demográficos que afectan más las decisiones.



Edad, sexo, nivel socioeconómico, ocupación, profesión, nacionalidad, estado civil, tamaño de la familia, ingresos, ciclo de vida familiar, religión y actividad.

INEGI

Factores ecológicos

Los consumidores saben que los productos que compran pueden afectar la ecología a largo plazo, el uso de aerosoles que han perjudicado la capa de ozono.

Factores económicos

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

En otras palabras, las condiciones de la economía son una fuerza significativa que afecta el sistema de mercado técnico.