

DÍA	MES	AÑO

# Factores del 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.

Consiste en un conjunto interactuante de leyes, agencias gubernamentales y grupos de presión que influyen y limitan la conducta de organizaciones y persona en sociedad

Las fuerzas políticas y legales son aspectos que intervienen más en las actividades de la mercadotecnia de una empresa que en cualquier área de operaciones

En algunos casos los limitantes los limitantes en la toma de decisiones y actividades son aspectos políticos y legales, la mercadotecnia las fuerzas del macroentorno están fuera de su control, por lo que deben adaptarse a las condiciones que resultan de esas fuerzas

Independientemente de como se considere la intervención del gobierno, su papel en el sistema económico se ha vuelto cada vez más importante y activo

Uno de los valores básicos son los aspectos más importantes, pues permiten diferenciar lo correcto de lo incorrecto de nuestro comportamiento

Es importante destacar que esos valores motivan o frenan la decisión de compra de los consumidores

[Empty rectangular box]

DÍA	MES	AÑO

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 se desea en varias formas, mediante sus legisladores crea leyes y organismos reguladores para prohibir o controlar a los vendedores de drogas.

Al tratar de cumplir con sus obligaciones sociales, los encargados de la mercadotecnia se encuentran ante el difícil problema de determinar lo que desea la sociedad

## Factores demográficos

Los factores demográficos que afectan a las decisiones mercadológicas de las empresas encontramos: edad, sexo, nivel socioeconómico, ocupación, profesión, nacionalidad, estado civil.

## 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

Es el conocimiento de cómo llevar a cabo tareas y lograr metas. este conocimiento proviene de la investigación científica.