



**Mi Universidad**

## **Cuadro Sinóptico**

*Nombre del Alumno: Egnor Martinez Mendez*

*Nombre del tema: Entorno de la mercadotecnia*

*Parcial: 2*

*Nombre de la Materia: Mercadotecnia*

*Nombre del profesor: Icel Bernardo Lepe*

*Nombre de la Licenciatura: Contaduría Publica*

*Cuatrimestre: 5*

Entorno de la mercadotecnia

Empresa y consumidor

La empresa

Es importante que la empresa satisfaga las necesidades y deseos de sus clientes. El principal objetivo de todos los negocios es entender a sus clientes, que el producto o servicio pueda ser definido y ajustado a sus necesidades para poder satisfacerlos.

El consumidor

El consumidor es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición en el mercado y que sirven para satisfacer algún tipo de necesidad

Micro-entorno

El micro-entorno consiste en los participantes cercanos a la compañía que afectan sus clientes; es decir, la compañía misma, los proveedores, los intermediarios de marketing, los mercados de clientes, los competidores y los públicos

Participantes del micro entorno

- La compañía
- Proveedores
- Intermediarios de marketing
- Competidores

Macro-entorno

Son aquellos elementos que no interactúan en el conjunto de la empresa, pero le

Elemento demográfico

Nos referimos al tamaño de la población. Cuanto más grande sea el tamaño de la población, más posibilidad de negocio podemos tener, y por lo tanto, haremos más acciones de marketing.

Elemento económico

No es lo mismo trabajar en un mercado que se encuentra en expansión en el que predominará el consumo de marcas, o que esté en recesión, en el que se tiende a comprar productos genéricos (que no llevan marca) pero cubren las necesidades de los consumidores.

