



Sheyla Paola García Aguilar

El medio del mercado

Parcial 1

Investigación de mercados

Lucero del Carmen García Hernández

Administración y estrategias de negocios

cuatrimestre 6

El medio del mercado.

Influye en los comportamientos del mercado en las decisiones de mercadotecnia de la empresa y en las condiciones de desarrollo de la relación de intercambio.

Macroentorno

Grandes fuerzas de la sociedad que afecta el microentorno.

El entorno demográfico

Es el estudio de la población humana en termino de su tamaño, densidad, ubicación, edad, generó, raza ocupación y otras estadísticas.

- Baby boomers: 78 millones de personas que nacieron entre la segunda guerra mundial y 1964.
- Generación x: Los 49 millones de personas nacidas entre 1965 y 1976 durante la escasez de nacimiento que siguió el baby boomers.
- Generación del milenio: Generación y los 83 millones de hijos de los baby boomers nacidos entre 1977 y 2002.

Un ejemplo de esto sería un análisis de mercado sobre una región, sabiendo la población edades, rasgos y género, podremos dar a saber si habrá ganancias o no sobre nuestro producto.

El entorno económico

Son factores económicos al poder del consumidor y sus patrones de gastos

Un ejemplo de ello sería una empresa ya que checan sus inversiones y como también los gastos corporativos y también los sueldos de los empleados.

El entorno Natural

Implica de recursos naturales que los mercadólogos necesitan de insumos o que son afectados por las actividades de marketing.

Un ejemplo sería los recursos naturales que se obtiene en el medio ambiente para obtener insumos sobre ellos en los productos ya sea las libretas, muebles o entre otras.

El entorno tecnológico

Significa que ahora de formar nuestro destino la tecnología a liberado maravillas como antibióticos y entre otros.

Un ejemplo serio como la asistencia de una IA para la atención de clientes de una empresa o como la existencia de medicinas nuevas con el fin de controlar enfermedades.

El entorno político y natural

Consiste en las leyes. Agencias gubernamentales y grupos de presión que influyen y limitan a varias organizaciones e individuos en una determinada sociedad.

Un ejemplo de ello sería el entorno de un conflicto, las empresas buscan la manera de resolver el conflicto y no pase mayores dando normas sobre la misma empresa y como también los empleados.

Entorno cultural

Consiste en las instituciones y otras fuerzas que afectan los valores básicos de una sociedad sus preocupaciones

Un ejemplo de ello seria las comunidades ya que están en sus propias tradiciones y costumbres dando a conocer los beneficios que requieran un producto haciendo un análisis del mercado sobre su región.

Microentorno

Incluye a todos los factores cercanos a la empresa que afectan tanto positivo y negativamente.

Empresa

Al diseñar planes de marketing toma en cuenta a otros grupos como gerencia, finanzas, investigación y desarrollo.

Como cualquier empresa un ejemplo sería una organización que constituye de una o más personas con fin de producir recursos de un insumo o de otro tipo de producto.

proveedores

Son los recursos que la empresa necesita para producir bienes y servicios.

Un ejemplo un distribuidor de Sabritas de Barcel el proveedor va a las tiendas a dejar el producto con el fin de sacar ganancias o como también empresas grandes como Walmart, soriana o entre otras.

Intermediarios de marketing

Ayuda a la empresa a promover mayor valor y satisfacción al cliente que sus competidores.

Se dividen en:  
Revendedores, empresas de distribución, minoristas y mayoristas y ente otras.

Son los distribuidores intermedios en los cuales pasan por el producto dándoles un valor importante sobre ello dando a que las personas conozcan el producto, un ejemplo sería las tienditas de esquinas que revenden el producto o la mayoristas que compran a mayor producto.

Competidores

Las empresas deben proveer mayor valor y satisfacción al cliente que son competidores.

Un ejemplo de esto sería entre la marca Adidas y la marca pumas ya que su fin es obtener mas ventas y sobre todo dejar al consumidor satisfecho en su producto. Estas dos empresas son reconocidas a nivel mundial y como también son competidores por sus productos.

Publico

Es un grupo que tenga interés real o potencial o un impacto sobre la capacidad de una organización.

El publico es un medio por el cual se da a conocer un producto nuevo, ya que es importante para las empresas a dar influencia sobre ello y que estén interesados en comprarlo ya que es un factor importante un ejemplo de ello sería una campaña de redes como Netflix y Amazon utilizaron este medio de redes sociales con el fin de darles a conocer sus servicios.

Clientes

Los clientes son los actores mas importantes dentro el microentorno de las empresas.

Los clientes son un factor importante ya que se da a conocer el producto de la empresa y sobre todo el consumidor quede satisfecho de ellos, Un ejemplo de esto sería el servicio a atención de clientes dando a conocer sus dudas del producto.