



Mi Universidad

Nombre del Alumno: Fabiola Ruiz Abarca.

Nombre del tema: El medio del mercado.

1er parcial.

Nombre de la Materia: Investigación de mercados.

Nombre del profesor: Lucero del Carmen García Hernández.

Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategias de negocios.

6to cuatrimestre.

El medio del mercado

El medio del mercado

La relación de intercambio entre la empresa y el mercado se desarrolla dentro de un sistema comercial, en el que hay una serie de factores no controlables por la empresa.

Microentorno

El microentorno existe siempre que exista la actividad comercial. Para situar el microentorno en nuestra mente, debemos recordar que es una de las dos dimensiones que forman el entorno del marketing.

Macroentorno

Los factores del macroentorno no guardan una relación causa-efecto con la actividad comercial. Son genéricos y existen con independencia de que se produzcan o no intercambios.

Estos factores, que constituyen el entorno, influyen en los comportamientos del mercado, en las decisiones de mercadotecnia de la empresa y, en definitiva, condicionan el desarrollo de la relación de intercambio

Se distribuyen principalmente en dos grandes vertientes: micro y macroentorno.

Los competidores actúan como restricciones en el diseño de la estrategia de mercadotecnia. El éxito de cualquier estrategia de mercadotecnia puede depender de la bondad del análisis de la competencia efectuado.

Instituciones comerciales: Una empresa que estudia las acciones de su competencia y elabora un plan para contrarrestar sus ataques.

Proveedores: Empresa automovilística a los proveedores son los que fabrican las piezas o de materia prima.

La competencia: Empresa de telefonía móvil compitiendo con otras compañías del mismo sector por captar y retener clientes ofreciendo mejores planes, precios y servicios adicionales.

Entorno demográfico: La tasa de natalidad afecta a la venta de juguetes, alimentos infantiles, productos para la higiene de los niños, guarderías, colegios, etc.

Entorno económico: Si la tasa de empleo es alta, es probable que haya menos demanda de productos o servicios en una empresa ya que las personas tienen menos ingresos.

Entorno cultural y social: Cambio de la tendencia de consumo hacia productos más ecológicos y sostenibles.

Entorno legal y político: Implementación de nuevas regulaciones gubernamentales relacionadas con la protección de datos.

El entorno tecnológico: es el avance de la inteligencia artificial y la automatización, aumenta la eficiencia y reduce los costos de producción