



- **Nombre Del Alumno:** Jorge Ivan Morales Recinos.
- **Nombre Del Profesor:** Lucero Del Carmen García
- **Materia:** Investigación De Mercados
- **Licenciatura:** Administración Y Estrategias De Negocios.
- **Nombre del trabajo:** Super Nota.
- **Parcial:** Primero.
- **Cuatrimestre:** 6to.

Comitán de Domínguez, Chiapas a 24/Mayo/2024.

El Medio del Mercado

Sistema comercial con factores no controlables que influyen el mercado y las decisiones de marketing.

se distribuyen principalmente en dos grandes vertiente:

Microentorno

son todas las fuerzas sobre las cuales la empresa puede accionar de forma inmediata

Ejemplos de Factores Ambientales

1. Proveedores: Empresas que suministran materias primas, componentes o servicios necesarios para la producción de bienes o servicios. Ejemplo: En la industria automotriz, los proveedores pueden ser fabricantes de piezas como Bosch o Continental.
2. Competencia: Otras empresas que ofrecen productos o servicios similares dentro del mismo mercado. Ejemplo: En la industria de los teléfonos inteligentes, Apple compete con Samsung y otras marcas.
3. Clientes: Personas u organizaciones que adquieren los productos o servicios ofrecidos por la empresa. Ejemplo: En una tienda de ropa, los clientes son los individuos que compran prendas de vestir.
4. Intermediarios: Canales de distribución que facilitan la llegada de productos o servicios desde el fabricante hasta el consumidor final. Ejemplo: Los supermercados actúan como intermediarios en la cadena de suministro de alimentos, conectando a los productores con los consumidores.
5. Públicos de interés: Grupos o individuos que tienen un interés en las actividades de la empresa y pueden influir en su éxito. Ejemplo: Los medios de comunicación, los grupos de defensa del consumidor y las comunidades locales son públicos de interés para una empresa.

Macroentorno:

se emplea para definir aquellas fuerzas externas que van a tener un impacto indirecto sobre la organización,

Ejemplos de Factores Ambientales

1. Factores Demográficos: Características de la población como tamaño, estructura por edades, distribución geográfica y tendencias de crecimiento. Ejemplo: El envejecimiento de la población en países desarrollados está aumentando la demanda de servicios de atención médica y productos para personas mayores.
2. Factores Económicos: Condiciones económicas globales, incluyendo tasas de crecimiento, inflación, tasas de interés, desempleo y ciclos económicos. Ejemplo: Una recesión económica puede reducir la demanda de bienes y servicios de consumo discrecional.
3. Factores Socio-Culturales: Normas, valores, creencias y tendencias culturales que influyen en los comportamientos de compra y consumo. Ejemplo: El aumento de la conciencia ambiental está generando una mayor demanda de productos ecológicos y sostenibles.
4. Factores Político-Legales: Legislación, regulaciones y políticas gubernamentales que pueden afectar las operaciones comerciales y las condiciones del mercado. Ejemplo: Cambios en las políticas comerciales internacionales pueden impactar en los costos de importación y exportación.
5. Factores Tecnológicos: Avances en tecnología que pueden afectar la forma en que se producen, distribuyen y consumen productos y servicios. Ejemplo: La proliferación de dispositivos móviles y el acceso a Internet han impulsado el crecimiento del comercio electrónico.
6. Factores Ambientales: Condiciones y eventos ambientales que pueden afectar las operaciones comerciales y la percepción de la marca. Ejemplo: El cambio climático y los desastres naturales pueden interrumpir la cadena de suministro y afectar la disponibilidad de materias primas.