



**Nombre De la materia: Investigación de
mercados**

Unidad uno

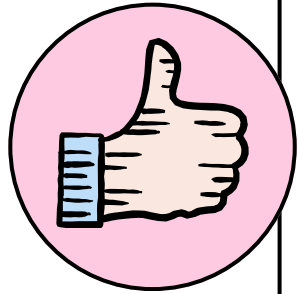
Nombre del maestro: Salomón Vasquez

Nombre del alumno :

Paula Marina Aguilar morales

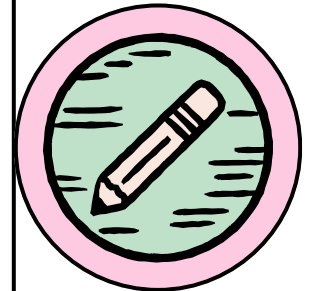
LAN 6'

1.10 MICROENTORNO



Intermediarios: distribuidores o minoristas.

Competencia: otras empresas del mismo sector.



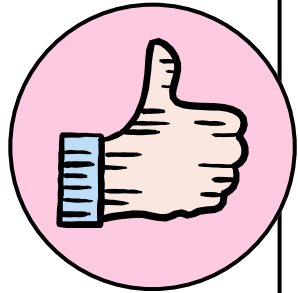
Clientes: quienes compran el producto o servicio.

Proveedores: quienes suministran los recursos.

El microentorno se refiere a los factores cercanos que afectan directamente a una empresa, como:

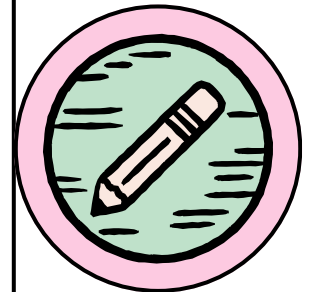
Públicos: grupos que pueden influir en la empresa (ej. medios de comunicación).

1.11 MACROENTORNO



Factores económicos: inflación, tasas de interés, desempleo.

Factores tecnológicos: avances e innovaciones.



Factores socioculturales: valores, costumbres, demografía.

El microentorno se refiere a los factores cercanos que afectan directamente a una empresa, como:

Factores políticos y legales: leyes, estabilidad política.

Factores ambientales: clima, sostenibilidad, regulaciones ecológicas.

1.12 FALLOS EN EL MERCADO



Monopolios: una sola empresa controla el mercado.

Información asimétrica: una parte tiene más información que otra (ej. vendedor vs. comprador).

Externalidades: efectos secundarios de una actividad (como contaminación).

Bienes públicos: no excluibles ni rivales (como la luz de una calle).

