



**Nombre de alumno: Citlally Alejandra  
Morales Rubio**

**Nombre del profesor: Lic. Alejandro Aguilar  
morales.**

**Nombre del tema: 1.10, 1.11, 1.12.**

**Nombre de la materia: Investigación de  
Mercados.**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**Nombre de la licenciatura: Administración y  
Estrategia de Negocios.**

**Cuatrimestre: 6to**

## 1.10 MICROENTORNO

### ¿QUE ES?

El microentorno es el entorno cercano a una empresa que incluye elementos con los que interactúa directamente y que influyen en sus operaciones diarias y resultados.

El microentorno contrasta con el macroentorno, que incluye factores externos y generales que no son directamente controlables por la empresa.

### ABARCA FACTORES COMO

proveedores, clientes, competidores, distribuidores y prescriptores, entre otros.

### COMPONENTES CLAVE DEL MICROENTORNO:

- Proveedores:
- Las relaciones con los proveedores influyen en la calidad, los costos y la disponibilidad de los insumos.
- Clientes:
- La comprensión de las necesidades y deseos de los clientes es fundamental para el éxito de la empresa.

### COMPONENTES CLAVE DEL MICROENTORNO:

- Competidores:
- La competencia influye en las decisiones de la empresa sobre precios, productos y estrategias.
- Distribuidores:
- Los distribuidores son los encargados de llevar los productos al mercado, y su efectividad influye en la visibilidad y el acceso del producto a los clientes.

### COMPONENTES CLAVE DEL MICROENTORNO:

- Prescriptores:
- Las opiniones y recomendaciones de personas influyentes (líderes de opinión, embajadores de marca, etc.) pueden influir en la decisión de compra de los clientes.

UDS ANTOLOGIA

PASIÓN POR EDUCAR

# 1.11 MACROENTORNO

## ES

El macroentorno, en el contexto empresarial, se refiere a las fuerzas externas generales que pueden afectar a la empresa, pero que están fuera de su control directo.

Factores que componen el macroentorno:

- Factores económicos: Incluyen elementos como el crecimiento económico, la inflación, los tipos de interés, el desempleo y las políticas monetarias y fiscales.

## FACTORES

Estos factores incluyen aspectos económicos, sociales, políticos, tecnológicos y legales.

## FACTORES

- Factores sociales: Se refieren a aspectos culturales, demográficos y de estilo de vida de la sociedad.
- Factores políticos: Abarcan leyes, regulaciones, estabilidad política y políticas gubernamentales que pueden afectar a la empresa.

## FACTORES

- Factores tecnológicos: Incluyen avances tecnológicos, innovación y su impacto en la producción, distribución y hábitos de consumo.
- Factores legales: Se refieren a leyes y regulaciones que afectan a la empresa y su industria.

## HERRAMIENTAS PARA ANALIZAR EL MACROENTORNO:

- Matriz PESTEL: Es una herramienta utilizada para analizar los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que afectan a la empresa.
- Análisis FODA: Permite identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa en relación con el entorno externo.

## 1.12 FALLOS EN EL MERCADO

### ES

Los fallos de mercado ocurren cuando las fuerzas de la oferta y la demanda no logran asignar los recursos de manera eficiente, lo que resulta en resultados económicos subóptimos.

Estos fallos pueden llevar a desigualdades, contaminación y otros problemas sociales.

### EJEMPLOS

Ejemplos de fallos de mercado incluyen las externalidades, la información asimétrica y los bienes públicos.

### ¿CUÁLES SON LOS TIPOS DE FALLOS DE MERCADO?

**Externalidades:**  
Estas son los efectos no deseados de las actividades económicas que afectan a terceros.

**Información asimétrica:**  
Esto ocurre cuando una parte de una transacción tiene más información que la otra.

### ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ENTENDER LOS FALLOS DE MERCADO?

Entender los fallos de mercado es importante porque ayudan a identificar áreas donde el Estado puede intervenir para mejorar la eficiencia de la economía.

### ¿QUÉ PAPEL JUEGA EL ESTADO EN LA CORRECCIÓN DE LOS FALLOS DE MERCADO?

El Estado puede desempeñar un papel importante en la corrección de los fallos de mercado a través de diversas políticas.