

# CAPITULO 2



Un blog de marketing



Un blog de marketing

# El entorno del Marketing

## CONTENIDO

- 1. El micro entorno**
- 2. El macro entorno**
- 3. El entorno demográfico**
- 4. El entorno económico**
- 5. El entorno natural**
- 6. El entorno tecnológico**
- 7. El entorno político y social**
- 8. El entorno cultural**



# Definición de entorno de marketing



Un blog de marketing

## Definiciones

**El entorno de marketing** consiste en los participantes y fuerzas externas al marketing que afectan la capacidad de la gerencia de marketing para crear y mantener relaciones exitosas con los clientes meta.





Un blog de marketing

# El Microentorno del marketing

## Definiciones

El **microentorno** consiste en los participantes cercanos a la compañía que afectan su capacidad para servir a sus clientes; es decir, la compañía misma, los proveedores, los intermediarios de marketing, los mercados de clientes, los competidores y los públicos.



## Participantes En el Microentorno





## Participantes En el Microentorno

### Proveedores

- Brindan los recursos que la compañía necesita para producir sus bienes y servicios.
- Tratados como socios en la creación y entrega de valor para el cliente.

### Intermediarios

- Empresas que ayudan a la compañía a comercializar, distribuir y vender sus productos a los compradores finales.



**Participantes  
En el  
Microentorno**

## Tipos de intermediarios de marketing

Distribuidores

Empresas de  
distribución  
física

Agencias de  
servicios de  
marketing

Intermediarios  
financieros



**Participantes  
En el  
Microentorno**

## La Competencia

Son empresas que tienen ofertas al mercado que pueden ser similares a la nuestra. Frente a dichas empresas, nuestra estrategia está basada en la diferenciación.

### Clientes

- Mercados de consumidores
- Mercados de negocios
- Mercados de distribuidores
- Mercados del sector público
- Mercados internacionales

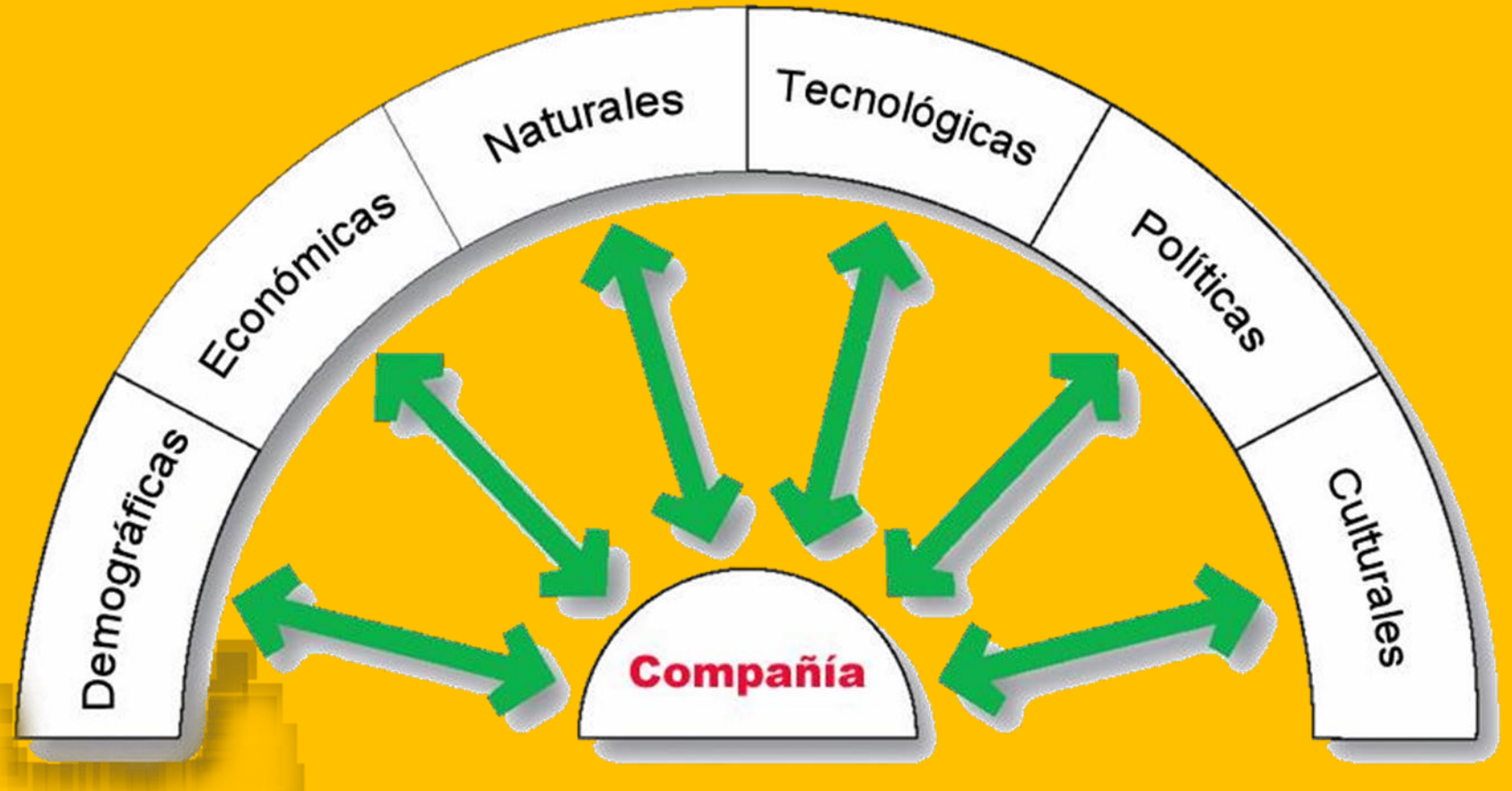




Un blog de marketing

# El Macroentorno del Marketing

## Elementos del Macroentorno



## Elementos del Macroentorno

### Entorno demográfico

- La **demografía** es el estudio de las poblaciones humanas en términos de magnitud, densidad, ubicación, edad, género, raza, ocupación y otros datos estadísticos.
- El **entorno demográfico** incluye a la gente, y la gente constituye los mercados.
- Las **tendencias demográficas** son los cambios en la edad, estructura familiar, población geográfica, características de educación y diversidad poblacional.



## Elementos del Macroentorno



Generación	Tradicionalista	Baby Boomer	Generación X	Millennial
Edad actual	Más de 65 años	46-64	34-45	13-33
Liderazgo por	Jerarquía	Consenso	Competencia	Participación y conciliación
Actitud	Práctico	Optimista	Escéptico	Colaborador
Actitud frente al trabajo	Dedicado	Enfocado	Busca balance	Busca libertad
Actitud frente a la autoridad	Respeto	Amor / odio	Distancia y autonomía	Cuestionamiento
Relación en la organización	Sacrificado	Gratificación personal	Poco dispuesto al compromiso	Ganar-ganar
Aspiración vital	Sobrevivir	Vivir mejor	Tener "vida personal"	Encontrar sentido a la vida

Fuente: Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF)



## Elementos del Macroentorno

### Aspectos demográficos actuales

- El acceso a la educación es cada día mayor.
- Hay una mayor participación del género femenino en las directivas empresariales.
- Hay cambios del lugar de trabajo (relocación).
- Los mercados se vuelven cada vez más globales que locales
- Los mercados se vuelven cada vez más diversos permitiendo inclusión de diferentes orígenes étnicos, discapacidades, o preferencia sexual.





## Elementos del Macroentorno

### Entorno económico

El **entorno económico** consta de factores económicos que influyen en el poder de compra y los patrones de gasto de los consumidores.

- Ofrecer mayor valor a los compradores es una tendencia conocida como Marketing de Valor.



## Elementos del Macroentorno

### Entorno natural

**Entorno natural:** recursos naturales que los gestores de marketing requieren como insumos y que resultan afectados por las actividades operacionales.

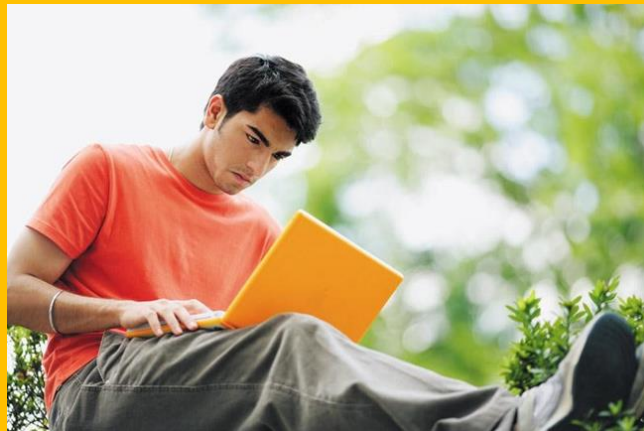
- Tendencias
  - Creciente escasez de materias primas
  - Aumento en la contaminación
  - Creciente intervención del gobierno
  - Incremento de estrategias ambientalmente sustentables



## Elementos del Macroentorno

### Entorno tecnológico

- Es quizá la fuerza más poderosa que está determinando nuestro destino.
- Siempre hay nuevos productos y oportunidades.
- Existe una preocupación por la sostenibilidad de los productos actuales



## Entorno político y social

### Entorno político

Consiste en leyes, instituciones gubernamentales y grupos de presión que influyen en diferentes organizaciones e individuos en una determinada sociedad y los limitan.

**Elementos del  
Macroentorno**



## Entorno político y social

- Legislación comercial
  - Legislación creciente.
  - Cambios en la aplicación de la ley por parte de agencias gubernamentales.
- Mayor énfasis en la ética
  - Comportamiento socialmente responsable.
  - Marketing relacionado con las causas.

### Elementos del Macroentorno



## Entorno cultural

El **entorno cultural** está conformado por las fuerzas que afectan los valores, percepciones, preferencias y comportamientos básicos de una sociedad.

### Elementos del Macroentorno

Las creencias y valores **principales** son persistentes, se transmiten de padres a hijos y son reforzados por las escuelas, iglesias, negocios y gobiernos.

Las creencias y valores **secundarios** son más susceptibles al cambio e incluyen las perspectivas que tiene la gente de sí misma, de los demás, de las organizaciones, de la sociedad, de la naturaleza y del universo.



# FIN CAPITULO 2



Un blog de marketing

# Asignaciones

## CAPITULO 2

1. Realizar un análisis del micro y macro entorno de una empresa es esencial para el éxito de las estrategias de marketing. Para ello, existen herramientas como en análisis FODA ([DAFO](#)) que nos brinda la oportunidad de detallar con claridad aquellos temas que necesitamos conocer y mejorar de nuestra empresa.
2. Acceda a cada uno de los links para conocer qué aspectos considerar para establecer sus [FORTALEZAS](#), [OPORTUNIDADES](#), [DEBILIDADES](#) Y [AMENAZAS](#).
3. Descargue la plantilla para realizar el análisis y lea el caso adjunto.  
(Ver link de acceso abajo)
1. Realice el análisis FODA detallando cada uno de los aspectos clave que deben ser considerados en el entorno del caso de estudio.



Un blog de marketing



Un blog de marketing

Acceso  
A Libro



Un blog de marketing

**Acceso a  
Caso de estudio**



Un blog de marketing

Descarga de  
documentos



Un blog de marketing

Acceso al  
Post