**ESCUELA COMERCIAL CAMARA DE COMERCIO**

*CHIAPAS #81*

**CASO PRÁCTICO**

**Clase: 12**



|  |  |
| --- | --- |
| **MATERIA**  **MERCADOTECNIA** | **TEMA: Ambiente de la Mercadotecnia**  **PROFESORA: Esmeralda Palapa Sánchez** |

**OBJETIVO:** El alumno: Comprobará el impacto de la mercadotecnia en las empresas, al realizar un análisis del entorno en que se encuentre

**INTRODUCCIÓN**

El ambiente externo está compuesto por las otras organizaciones y sectores de la sociedad que influyen y afectan la organización. Aunque el medio ambiente externo está fuera de la organización, se toma en cuenta ya que tiene una gran influenciasobre las organizaciones El ambiente externo está compuesto por las otras organizaciones y sectores de la sociedad que influyen y afectan la organización. Aunque el medio ambiente externo está fuera de la organización, se toma en cuenta ya que tiene una gran influencia sobre las organizaciones

**DESARROLLO DEL PROBLEMA**

Varias empresas de Estados Unidos tienen planes de expansión en México, una de ellas es Rexnord, un fabricante de rodamientos industriales (baleros de rotación y engranaje industrial), argumenta que “trasladar la planta a México es parte de un plan para ahorrar 30 millones de dólares anuales”. Esta empresa tiene su planta en Indiana, si la cierra causaría que despidieran a más de 350 empleados. Rexnord considera que tendrá un gran éxito en México dado que tendrá un ahorro en costos de operación incluida la producción.

Para llevar a cabo tal estrategia:

**PREGUNTAS.**

¿Qué información social y cultural debe de conocer para la aceptación de dicha empresa por parte del mercado?

Explica que aspectos del macroambiente debe de considerar para que la empresa tenga éxito

**SOLUCIÓN DEL PROBLEMA:**