



UNIVERSIDAD JUAREZ AUTONOMA DE TABASCO

DIVISION ACDEMICA DE CIENCIAS ECONOMICO ADMINISTRATIVO

ESTUDIO EN LA DUDA, ACCION EN LA FE



ASIGNATURA:

MERCADOCTENIA

PROFESORA:

MINERVA CAMACHO JAVIER

LICENCIATURA:

LIC. EN ADMINISTRACION

ALUMNO:

SAMIRA AZAMAR LEON TOLEDO

ACTIVIDAD:

MAPA MENTAL DEL MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

FECHA:

SABADO 07 DE MARZO DEL 2026

INTRODUCCION

Este mapa mental con el propósito de comprender y organizar los conceptos relacionados con el microambiente y el macroambiente de una empresa. Estos elementos son fundamentales dentro de la mercadotecnia y la administración, ya que permiten identificar los factores internos y externos que influyen en el funcionamiento, crecimiento y toma de decisiones de una organización. A través de este trabajo se analizan los distintos componentes que integran cada entorno, facilitando una mejor comprensión de cómo impactan en las estrategias y objetivos empresariales.

MAPA MENTAL



Nota: Las imágenes fueron obtenidas por canva

CONCLUSION

La elaboración de este mapa mental permitió identificar la importancia del microambiente y el macroambiente dentro de una empresa. Ambos entornos influyen de manera directa en el desempeño y desarrollo de las organizaciones, ya sea mediante factores internos como clientes, proveedores y competencia, o externos como la economía, política y tecnología. Comprender estos elementos ayuda a las empresas a adaptarse a los cambios del entorno y a tomar mejores decisiones para alcanzar sus objetivos.

REFERENCIAS

Ludeña, J. A. (2022, 24 noviembre). *Microambiente de una empresa*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/microambiente-de-una-empresa.html>

Ludeña, J. A. (2025, 14 mayo). *Macroambiente: qué es y cómo afecta a las empresas*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/macroambiente-de-una-empresa.html>