El **microentorno** está referido a aquellos **factores** que son **en parte** **controlables** por parte de la **empresa** (gran diferencia con el **macroentorno,** en el que la empresa no puede controlar sus variables).

Los **factores fundamentales** que componen el **microentorno** son:

* **Proveedores,** con quienes mantenemos cierto poder de negociación a la hora de determinar precios, modos de envío de mercancía, calidades y otra s variables que inciden en el proceso de relación con los mismos
* **Competidores directos**, con quienes podemos medir el grado de intensidad de la rivalidad que mantenemos con ellos en el ámbito comercial
* **Clientes**, con quienes podemos establecer las relaciones que mejor se adapten a ambas partes y con los que negociaremos todos los términos comerciales para mantener una relación sólida y duradera que nos aporte valor
* **Intermediarios,** con quienes estableceremos en qué medida nos permiten seguir con nuestra cadena de valor hasta llegar al consumidor final. En este grupo se encuentras los distribuidores mayoristas y minoristas, las empresas encargadas de la logística, las empresas con las que podamos establecer diferentes externalizaciones de servicios, etc.
* **Stakeholders,** con quienes mantendremos diferentes tipos de relación en función del papel que cada uno de ellos desempeñe. En este grupo contamos con: accionistas, asociaciones empresariales o de otro tipo, empleados, gobierno local o regional, inversores, medios de comunicación, ONGs, sindicatos, etc.