



Mi Universidad

Ensayo

Nombre del Alumno: Egnor Martinez Mendez

Nombre del tema: Análisis externo: Identificación de oportunidades y amenazas

Parcial: 3

Nombre de la Materia: Planeación estratégica

Nombre del profesor: Icel Bernardo Lepe

Nombre de la Licenciatura: Contaduría Pública

Cuatrimestre: 7

En este tema veremos las distintas estrategias que una empresa debe de tener para poder desarrollarse, desde el inicio de una empresa hasta la etapa donde el crecimiento ya es casi nulo, las amenazas que esta se llega a tener y como superarlas, los diferentes sectores de una empresa y como ganarse y controlar el mercado.

Industria y sector

La industria son compañías que ofrecen productos y servicios a los clientes, existen diferentes industrias dedicadas a diferentes publicos, siguiendo estan los sectores que los sectores son grupos de industrias, estos sectores e industrias estan centrados en los segmentos de mercados que son diversos grupos de clientes de un mercado que se pueden diferenciar entre si con base en sus diferentes arributos y demandas especificas.

Fuerzas de Michael E. Porter

La estructura de Michael E. Porter llamada el modelo de las cinco fuerzas son estrategias que los administradores utilizan para facilitar sus analisis, algunas de estas fuerzas son, el riesgo que entren nuevos competidores, siempre habran nuevos competidores dentro del mercado y con ellos ciertos riesgos ya que mientras mas competidores existan los clientes tienen mas opciones para elegir a sus proveedores.

Poder de la negociacion de compradores

El poder de la negociacion de los compradores, como compradores es natural que nosotros siempre querramos los los precios mas bajos a los productos que nosotros queremos comprar, pero no cualquier persona tiene el poder de negociar los precios para que les hagan ciertos descuentos, debe tenerse una estrategia para que el negocio funcione a favor del comprador.

Poder de la negociacion de proveedores

El poder de la negociacion de los proveedores, tanto como los compradores quieren un mejor precio para conseguir sus productos, por otro lado existen los proveedores que desean vender sus productos al mayor precio, estos proveedores tienen el poder y el talento de convencer a los clientes de comprar sus ´productos a un precio mayor por su calidad.

Productos sustitutos

La cercania de los sustitutos para productos que ofrece una industria, existen productos originales y tambien existen productos que tratan de igualar a los originales, estos productos normalmente son mas baratos que los originales cumpliendo la misma funcion, es un riesgo para las industrias ya que la mayoría de clientes al ver que dicho producto sirve de igual manera que el original a menor precio optan por ir a comprar el barato para ahorrarse algo de presupuesto.

Competitividad en industrias

También existe la competitividad entre industrias, cuando un producto novedoso sale a la luz, muchas empresas buscan hacer su propia versión de dicho producto y allí es donde entra la rivalidad, esto en base a los diseños de los productos, los precios.

La demanda

La demanda de clientes tanto la demanda de los productos siempre ha existido dentro del mercado, las empresas suelen tener ciertas estrategias para adelantarse con sus competidores, la mercadotecnia es una de las mayores estrategias que utilizan las empresas para llamar a la atención de más y más clientes dentro del mercado.

Riesgos de una empresa

También existen ciertos riesgos como el abandono de un proyecto dentro de una empresa, estos riesgos pueden ser por diferentes motivos, una de ellas puede ser la inversión, como en toda empresa existen las inversiones a productos, suele pasar que algunos inversionistas pierdan el enfoque que al principio se les había puesto, otro de los riesgos es que las empresas puedan depender de un solo sector y la dependencia económica este sujeta a solo un sector, otro de los riesgos puede ser la adhesión emocional, esto se refiere a cuando los inversionistas no desean cambiar de sector ya sea por sentimentalismo o por orgullo.

Macroambiente

Una de las cosas que influyen en el triunfo de un producto es el macroambiente, un producto puede ser vendido dependiendo del contexto en el cual este se produce, es muy diferente vender una prenda de vestir para el frío en una época de calor a una época de frío, lo mismo para con productos tecnológicos y productos de uso doméstico, muchos se venden por temporadas y otros solamente por periodos cortos de tiempo como la moda.

Fuerzas

También existen fuerzas que las empresas tienen que tomar en cuenta y darle mucha importancia ya que de no hacerlo esto puede afectar el bienestar general de una empresa o la economía regional de una organización.

Estas fuerzas son las fuerzas macroeconómicas, las fuerzas globales, las fuerzas tecnológicas, las fuerzas demográficas, fuerzas sociales y por último las fuerzas políticas y legales.

Ciclos de vida de una empresa

Los ciclos de vida de una empresa están entre las industrias embrionarias que son las industrias que aún están en una etapa de inicio, las que se están construyendo y comenzando a desarrollarse, las industrias en crecimiento, dentro de estas industrias sus productos y servicios ya comienzan a tener demanda y están en expansión, con nuevos clientes y dándose a conocer más dentro del mercado y obteniendo una amplia cartera de clientes, industrias maduras, estas industrias no suelen crecer de manera constante como

en la etapa de desarrollo ya que estas empresas ya han crecido y estan muy bien posicionadas dentro del mercado, sus clientes ya los tienen definidos al igual que sus productos.

Las empresas en declive son las empresas que van en decadencia, son empresas que por diversas razones ahora van hacia abajo, puede que sus productos ya no se vendan, sus clientes prefieren otras empresas, sus inversionistas ya no inviertan en los nuevos productos y las perdidas sean mas constantes a travez de los meses.

Para que una empresa pueda mantenerse debe de estar al tanto de los riesgos que implica llevar una empresa, es mejor estar precabido y tener estrategias para cuando estos riesgos aparezcan, asi una empresa se puede tener en constante crecimiento controlando el mercado ante sus competidoras, los sectores son un elemnto importante para estas empresas, las inversiones y la motivacion de los inversionistas, cada empresa tiene que tener en cuenta sus debilidades y fortalezas para saber como superar cada uno de los riesgos que se le pueden cruzar en las etapas de su desarrollo.

Bibliografía

<http://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LCP/d3fd2fc224b7d6acd5beb4b19cf0aa3-LC-LCP701.pdf>