



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Materia:

ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Temas:

ESTUDIO FODA, FUERZAS ECONÓMICAS
FUERZAS SOCIALES, CULTURALES, DEMOGRAFICAS Y AMBIENTALES,
FUERZAS POLITICAS, GUBERNAMENTALES Y LEGALES, FUERZAS
TECNOLÓGICAS, FUERZAS COMPETITIVAS

Nombre de la alumna:

GOMEZ SALAZAR BRESLY LIZBETH

Maestro:

IVAN ALEXIS RIVAS ALBORES

Licenciatura en:

Contaduría Publica y Finanzas

Cuatrimestre:

SEPTIMO

Modulo:

SEGUNDO

Fecha:

11 DE NOVIEMBRE DEL 2024

Introducción

Este ensayo aborda seis áreas clave: el estudio FODA, fuerzas económicas, fuerzas sociales, culturales, demográficas y ambientales, fuerzas políticas, gubernamentales y legales, fuerzas tecnológicas y fuerzas competitivas. Comprender y analizar estos elementos es crucial para la toma de decisiones estratégicas y la sostenibilidad a largo plazo de las empresas.

Ya que así podemos entender el entorno en el cual opera una organización es fundamental para tomar decisiones estratégicas y asegurar su crecimiento.

ESTUDIO FODA

FODA significa fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, el análisis FODA es una herramienta sencilla pero muy útil para entender y evaluar la situación de una empresa. Este análisis ayuda a identificar cuáles son las áreas en las que la empresa tiene fortalezas, cuáles son las oportunidades que puede aprovechar en el mercado así como también, cuáles son las debilidades internas que necesita mejorar y las amenazas externas que podrían afectar su desempeño.

Al hacer un análisis FODA, la empresa puede enfocarse en mejorar su manera de trabajar, fortalecer a sus equipos y estar al tanto de lo que sucede en el mercado. Así puede planear con más claridad y tomar decisiones que la ayuden a crecer, tiene una visión completa de la situación actual de la empresa y de los posibles caminos que puede seguir para mejorar y evolucionar en el futuro.

- **Fortaleza**

Son las ventajas o también le podríamos decir los puntos más positivos internos y características positivas de la empresa que le permiten destacar frente a la competencia. Estas son las cosas bien de una empresa, recursos y capacidades únicas que ayudan a la empresa a alcanzar sus objetivos de negocio. Pueden incluir la experiencia del equipo, procesos eficientes, marcas fuertes tecnología avanzada, o una red de clientes leales. Las fortalezas representan lo que la empresa hace bien y las bases sobre las cuales puede construir su éxito.

- **Oportunidades**

Son factores externos y situaciones que si se aprovechan pueden ayudar a la empresa a crecer, innovar o entrar a nuevos mercados. Las oportunidades pueden ser cambios en la industria nuevas tecnologías, necesidades emergentes de los clientes o condiciones favorables en el mercado. Identificar oportunidades permite a la empresa adaptarse a las tendencias, expandirse y mantenerse competitiva.

- **Debilidades**

Son los aspectos internos o áreas internas que limitan o dificultan el crecimiento o el rendimiento de la empresa. Las debilidades pueden ser falta de recurso o recursos limitados, falta de experiencia, mala infraestructura, dependencia de pocos clientes, una imagen de marca débil o problemas en la organización o servicios deficientes. Identificar las debilidades permite a la empresa reconocer los obstáculos que deben mejorarse o manejarse para evitar que afecten el desempeño y la competitividad.

- **Amenazas**

Son factores externos que pueden afectar negativamente a la empresa, ya sea en su operación o en sus resultados. Las amenazas pueden ser competencia fuerte, cambios en la legislación, condiciones económicas desfavorables, o cambios en las preferencias de los consumidores. Identificar amenazas ayuda a la empresa a anticiparse a posibles problemas y prepararse para enfrentarlos de manera estratégica.

FUERZAS ECONÓMICAS

Las fuerzas económicas son cambios en la economía que pueden afectar a la empresa incluyen todos los factores que afectan la capacidad de compra y los patrones de gasto de los consumidores. Estas fuerzas son muy importantes porque determinan cómo va la economía en general y pueden afectar mucho las ganancias de las empresas.

- **Inflación y Deflación**

Inflación: Cuando los precios suben, las personas pueden comprar menos con su dinero. Esto puede reducir las ventas de las empresas.

- Deflación: Cuando los precios bajan, las empresas pueden producir menos porque las personas

esperan que los precios sigan bajando. Esto puede llevar a menos inversión y empleo.

- **Tasas de Interés**

Tasas de interés bajas: Hacen que sea más barato pedir dinero prestado lo que puede hacer que las personas y las empresas gasten y inviertan más.

Tasas de interés altas: Hacen que sea más caro pedir dinero prestado lo que puede hacer que las personas y las empresas gasten e inviertan menos.

- **Ciclos Económicos**

Recesiones: Durante las recesiones la economía va mal y las personas compran menos. Las empresas tienen que encontrar formas de mantenerse estables en estos tiempos difíciles.

Expansiones: Durante las expansiones, la economía va bien y la demanda de productos y servicios aumenta. Las empresas pueden crecer y aprovechar estas oportunidades.

FUERZAS SOCIALES, CULTURALES, DEMOGRAFICAS Y AMBIENTALES

- **Fuerzas Sociales, Culturales, Demográficas y Ambientales**

Estas fuerzas incluyen aspectos como los valores, creencias y comportamientos de la sociedad, los cuales tienen un impacto directo en cómo las empresas operan y se relacionan con sus clientes.

- **Cambios Demográficos**

Población Envejecida: Las personas viven más tiempo, y las empresas deben ajustar sus productos y marketing para satisfacer sus necesidades y así poder mayor ventas.

Migración: El movimiento de personas de un lugar a otro cambia la composición de la población, y las empresas deben adaptarse a estos cambios.

Crecimiento Poblacional: A medida que la población crece, las empresas deben atender a un mercado en expansión y diverso. Ya que tienen mas clientes que satisfacer, además de que se vienen prácticamente de todas las edades dependiendo del producto.

- **Valores y Normas Culturales**

Hábitos de Consumo: Los valores y creencias de las personas influyen en cómo y qué compran. Las empresas deben ser sensibles a estas diferencias y ajustar sus estrategias.

Comportamiento de Compra: Las variaciones culturales afectan el comportamiento de compra. Las empresas deben entender estas diferencias para ser más efectivas.

- **Conciencia Ambiental**

Preferencias por Productos Sostenibles: Cada vez más personas prefieren productos ecológicos. Las empresas que adoptan prácticas sostenibles pueden mejorar su imagen y atraer a estos consumidores.

Prácticas Ecológicas: Implementar prácticas ecológicas puede ayudar a las empresas a atraer a consumidores preocupados por el medio ambiente y mejorar su reputación.

FUERZAS POLITICAS, GUBERNAMENTALES Y LEGALES

Estas fuerzas incluyen las regulaciones, políticas y leyes que afectan el entorno empresarial. Las empresas deben estar al tanto de las políticas gubernamentales y las leyes para asegurarse de que están cumpliendo con las normativas y aprovechando las oportunidades disponibles.

Legislación Laboral: Normas sobre empleo y condiciones de trabajo. Las empresas deben cumplir con las leyes laborales para evitar sanciones y crear un ambiente de trabajo justo.

Regulaciones Comerciales: Impuestos, tarifas y políticas de comercio exterior. Las regulaciones pueden afectar la capacidad de una empresa para importar y exportar bienes.

Estabilidad Política: Impacto en la inversión y operaciones empresariales. Las empresas prefieren operar en entornos políticos estables donde el riesgo de cambios abruptos en las políticas sea mínimo.

Fuerzas Tecnológicas

Las fuerzas tecnológicas implican la adopción de nuevas tecnologías y la innovación. La tecnología puede ser una fuente importante de ventaja competitiva, pero también requiere inversiones continuas en investigación y desarrollo. Pero hoy en día la tecnología es muy importante ya que prácticamente todos los utilizan, y es una gran herramienta de marketing

Avances Tecnológicos: Desarrollo de nuevas herramientas y procesos. Las empresas que adoptan rápidamente nuevas tecnologías pueden mejorar su eficiencia y ofrecer productos innovadores.

Digitalización: Impacto en la eficiencia y la competitividad. La digitalización de procesos puede reducir costos y mejorar la precisión y la velocidad de las operaciones empresariales, también puede generar mayores ganancias.

Fuerzas Competitivas

Estas fuerzas determinan el nivel de competencia dentro de una industria y cómo las empresas deben posicionarse para tener éxito. El análisis competitivo ayuda a las empresas a comprender sus competidores y a desarrollar estrategias que les permitan destacarse.

Competencia Directa: Rivalidad entre empresas que ofrecen productos o servicios similares. Las empresas deben diferenciarse para atraer y retener clientes.

Amenaza de Nuevos Entrantes: Posibilidad de que nuevas empresas ingresen al mercado. Las barreras de entrada altas pueden proteger a las empresas establecidas, mientras que barreras bajas aumentan la competencia.

Poder de Negociación de los Proveedores y Clientes: Influencia en precios y condiciones comerciales. Un alto poder de negociación de los proveedores puede aumentar los costos, mientras que un alto poder de negociación de los clientes puede presionar los precios a la baja.

CONCLUSIÓN

En conclusión, el análisis FODA y el estudio de las fuerzas económicas, sociales, políticas, tecnológicas y competitivas permiten a las empresas tener una visión clara y completa de todo lo que las rodea. Estas herramientas son útiles para que las empresas puedan adelantarse a los cambios y adaptarse de forma activa, aprovechando las oportunidades que surgen y disminuyendo los riesgos o problemas.

Hoy en día, el mercado es cada vez más competitivo y cambiante, por lo que la capacidad de una empresa para evaluar y reaccionar ante estas fuerzas puede ser clave para lograr el éxito o evitar el fracaso. Por eso, hacer un análisis estratégico usando el FODA es esencial para que las empresas puedan tomar decisiones informadas y seguras, que les permitan crecer, mantenerse en el mercado y asegurar un buen futuro.

Referencias:

- <https://humanidades.com/analisis-foda/>
- <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- <https://www.rdstation.com/blog/es/analisis-foda-como-hacerlo/>
- <https://economipedia.com/definiciones/fuerzas-del-mercado.html>
- <https://actividadeseconomicas.org/fuerzas-economicas-fuerzas-de-mercado-y-fuerzas-sociales-que-son/>
- <https://ejemplosweb.de/definicion-de-fuerzas-sociales-culturales-demograficas-ambientales-segun-autores-ejemplos-concepto/>
- <https://crecenegocios.com/analisis-externo/#:~:text=Las%20fuerzas%20pol%C3%ADticas%2C%20gubernamentales%20y%20legales%20son%20fuerzas,controlan%20o%20condicionan%20las%20actividades%20de%20la%20empresa.>
- [https://espanol.libretexts.org/Negocio/Gerencia/Libro%3A_Principios_de_Gesti%C3%B3n_\(OpenStax\)/04%3A_Entornos_organizacionales_externos_e_internos_y_cultura_corporativa/4.02%3A_El_Entorno_Externo_de_la_Organizaci%C3%B3n](https://espanol.libretexts.org/Negocio/Gerencia/Libro%3A_Principios_de_Gesti%C3%B3n_(OpenStax)/04%3A_Entornos_organizacionales_externos_e_internos_y_cultura_corporativa/4.02%3A_El_Entorno_Externo_de_la_Organizaci%C3%B3n)
- <https://ejemplosweb.de/definicion-de-fuerzas-tecnologicas-de-una-empresa-ejemplos-que-es-autores/>