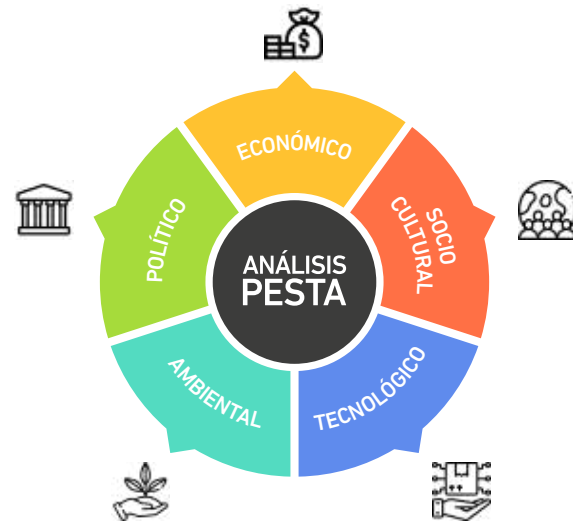


Un **análisis PESTA** es una herramienta que permite a las organizaciones descubrir y evaluar los factores que pueden afectar el negocio en el presente y en el futuro.



#### Político

Comprenden las leyes, dependencias del gobierno y grupos de presión que influyen en diversas organizaciones e individuos de una sociedad. Estos actores pueden afectar fuertemente las decisiones de marketing.



#### Económico

Consiste en factores que afectan el poder de compra y los patrones de gasto de los consumidores. Diferentes países tienen distintos niveles y distribución del ingreso.



#### Socio Cultural

Está compuesto por instituciones y otras fuerzas que afectan los valores, percepciones, preferencias y comportamientos básicos de una sociedad. La persistencia de valores culturales (el trabajo, el matrimonio, etc.) como los desplazamientos en los valores culturales secundarios (ejemplo, casarse a mayor edad), moldean actitudes y conductas de compra. Los valores secundarios son más factibles de modificar para los mercadólogos, no así los valores centrales.



#### Tecnológico

Se entiende por entorno tecnológico a todas aquellas fuerzas que crean nuevas tecnologías y a su vez crean productos y oportunidades de nuevos mercados. La tecnología actualmente está avanzando a ritmo acelerado, por ejemplo, en el mercado de los celulares, el cual lanza modelos nuevos cada año.



#### Ambiental

Se considera esta variable frente a los actuales protocolos internacionales, la responsabilidad con el entorno se ha convertido en una variable al momento de evaluar a las empresas exitosas, que al mismo tiempo generan rechazo o adherencia a una marca específica.