



**EL ANÁLISIS DEL ENTORNO : SU
IMPORTANCIA EN LA PLANEACIÓN DE UN
EMPRENDIMIENTO**



Antes de realizar un emprendimiento comercial se debe analizar el entorno para determinar si este es favorable o no para la realización del negocio.

Se deben analizar por separado en micro y el macro entorno.

En base al análisis del entorno se pueden realizar cambios en el modelo de negocio o en la planificación.

Ejemplo :

- Se desea lanzar al mercado un Yogurt con Chia
- La marca que se ha pensado es Chiafrut



Yogurt *Diet* “CHIAfrut”

Descripción de Producto:



SI ANALIZAMOS EL MACROENTORNO

A. Económico :

El crecimiento de la economía peruana de 3.9% para el 2015 favorecerá el consumo.

Fuente:

<http://gestion.pe/economia/bcrp-reduce-estimado-crecimiento-economia-peruana-48-2015-2132579>

B. Político/Legal:

La firma del TLC con China ayudará a exportar el producto a un menor costo.

Fuente:

<http://elcomercio.pe/economia/negocios/peru-china-firmaron-tratado-libre-comercio-quince-meses-negociaciones-noticia-279315>

C. Social :

La Chía esta de moda y cada vez más personas la consumen.

Fuente:

<http://archivo.larepublica.pe/07-02-2015/sobreproduccion-detiene-el-boom-del-cultivo-de-la-chia>

D. Ecológico :

El fenómeno del niño puede perjudicar la producción nacional de Chía, lo que es desfavorable dado que los precios de los insumos podrían subir.

Fuente:

Revista de Agronomía de UALM

<https://www.facebook.com/revista.agronomia>

SI ANALIZAMOS EL MICROENTORNO

A. Poder negociador de proveedores :

El poder es bajo porque existen gran cantidad de proveedores de Chía en nuestro país, por lo que ninguno tiene un gran poder negociador al haber facilidad de cambio.

B. Poder negociador de clientes :

El poder es alto porque los principales clientes son las cadenas de supermercados las cuales imponen sus condiciones, debido a su tamaño y cantidad de locales. Una marca nueva necesita exposición y los supermercados lo saben.

C. Amenaza de nuevos competidores :

La amenaza es alta porque es probable que si el producto tiene éxito, marcas con trayectoria en esta categoría creen productos similares e ingresen al mercado. Al ser ya conocidas tendrían una fuerte ventaja sobre una marca nueva y no tendrían que realizar un gasto tan fuerte en publicidad.

D. Rivalidad del sector :

La rivalidad es alta porque existe gran competencia y cantidad de productos nacionales e importados. El mercado del yogurt presenta muchas marcas en variedad de calidades y precios. Hay constantes promociones y el gasto en publicidad es fuerte.

E. Amenaza de productos sustitutos :

La amenaza es alta debido a que en el mercado nacional existen muchos otros productos en base a la Chía, como galletas, cereales y jugos. Algunos a precios más baratos que el yogurt y con las mismas propiedades.