

23 DE SEPTIEMBRE DE 2025



Nombre: Daniel García Méndez

Curso: 2ºDAM

Módulo: Sistemas de gestión empresarial.

Unidad: Tema 1

Índice

Actividad propuesta 1.....	2
Macroentorno (factores globales, fuera de vuestro control):	2
1.Demográfico	2
2.Económico	3
3.Socioculturales.....	3
Microentorno (factores cercanos, más directos):	4
Proveedores.....	4
Competidores cercanos	4
Webgrafía	5

Actividad propuesta 1

Creando una empresa

Vais a abrir una **cafetería** cerca de tu casa. Antes de lanzarte, tienes que pensar qué factores externos pueden afectar a tu negocio.

Trabajo en parejas.

- **Análisis conjunto**
 - Identificad al menos:
 - 3 factores del **macroentorno**.
 - 2 factores del **microentorno**.

Preguntas para reflexionar:

Macroentorno (factores globales, fuera de vuestro control):

1. Demográfico

La composición demográfica de la zona en la que se ubique la cafetería influye directamente en el tipo de clientela potencial, los productos más demandados y la viabilidad del negocio. Por ello, es fundamental realizar un estudio previo de la población que rodea la ubicación o ubicaciones candidatas antes de abrir el establecimiento.

Uno de los principales factores a analizar es el tamaño y crecimiento de la población. Una zona con un número alto de habitantes y un crecimiento sostenido ofrece mayores oportunidades de captar clientes, especialmente si se trata de un área con tránsito constante en horarios clave como las mañanas, las tardes de merienda o los fines de semana.

También es relevante conocer la estructura por edades. La edad media de la población, así como la proporción de jóvenes, adultos y personas mayores, puede orientar la oferta de productos y el estilo del local. Por ejemplo, en zonas con mayoría de jóvenes o estudiantes, puede ser más efectivo ofrecer precios accesibles y conexión Wi-Fi gratuita entre otras cosas.

En cambio, si la población es mayor, puede resultar más adecuado un entorno tranquilo, con productos tradicionales y un servicio más personalizado.

La existencia de núcleos de interés cercanos, como oficinas, centros educativos, gimnasios o zonas turísticas, también impacta directamente en la demanda. Este tipo de entornos atrae distintos perfiles de consumidores a lo largo del día y permite adaptar los horarios, promociones y productos según el público predominante.

2.Económico

La situación económica de la población donde se ubique la cafetería afecta directamente al nivel de consumo. En zonas con una renta per cápita baja o en riesgo de pobreza, el gasto en productos como el café, postres o bebidas especiales puede verse reducido, ya que estos no se consideran bienes de primera necesidad. En estos casos, las personas priorizan cubrir necesidades básicas como alimentación, vivienda y transporte.

Por tanto, es fundamental realizar un estudio socioeconómico del área donde se pretende establecer la cafetería. Analizar datos como el nivel de ingresos, tasa de empleo, gasto medio en ocio y hábitos de consumo permitirá determinar si la ubicación es adecuada y si el negocio puede resultar rentable.

Además, es importante tener en cuenta el impacto de factores económicos más amplios como la inflación, que afecta al poder adquisitivo de los consumidores y también a los costos de operación del negocio. Un aumento en los precios de materias primas como el café, la leche o el azúcar, puede obligar a subir los precios al cliente final, lo cual podría reducir la demanda si no se gestiona adecuadamente, de hecho, el precio del desayuno básico o tradicional (café, leche, azúcar y tostada con aceite) se ha encarecido en el último año un 8% por el café.

La situación del empleo también es un indicador clave a observar. En un contexto económico favorable, con empleo estable y crecimiento en el poder adquisitivo, la cafetería tendría un mejor desempeño.

3.Socioculturales

Los valores, creencias y tendencias sociales tienen un papel fundamental en el comportamiento de los consumidores, y por tanto, en el diseño de la oferta de una cafetería. En los últimos años, se ha producido un cambio significativo en el estilo de vida de las personas, cada vez más orientado hacia el bienestar, la salud y la sostenibilidad.

Este cambio se refleja en una creciente demanda de productos saludables, menos procesados y con bajo contenido en azúcares, grasas saturadas o aditivos artificiales. Por ello, es importante que las cafeterías se adapten a estas nuevas preferencias, incorporando opciones como zumos naturales, café orgánico, leche vegetal (soja, avena, almendra), repostería sin azúcar o con ingredientes integrales, así como snacks bajos en calorías.

Microentorno (factores cercanos, más directos):

Proveedores

- **Proveedores de alimentos para restaurantes:** Los proveedores de una cafetería son esenciales. Desde los ingredientes de las elaboraciones, hasta el pan, pasando por los productos para servir como aperitivos.
- **Proveedor de café:** para elegir el café, tendremos en cuenta el origen de los granos de café, miraremos su frescura y opciones de tueste.
- **Proveedores de bebidas para restaurantes:** Para tener todo tipo de bebidas, como diferentes zumos, agua, lácteos, refrescos y bebidas alcohólicas.
- **Proveedores de equipamiento:** para los diferentes **utensilios**, como tazas de café, cuchillos, sartenes, bandejas, etc.
- **Proveedores de electrodomésticos:** para suministrar todo tipo de electrodomésticos esenciales para una cafetería como el lavavajillas, hornos, frigorífico, freidora, microondas, cafeteras, etc.
- **Proveedores de agua, luz y gas:** tendríamos proveedores de agua como Aquaservice para las máquinas de agua, otro para la luz como Endesa y para el gas naturgy.
- **Proveedor de fibra óptica:** es importante tener un proveedor de internet para atraer a más clientes.

Competidores cercanos

Los posibles competidores serán las cafeterías cercanas, para diferenciarnos de nuestros posibles competidores tendremos en cuenta los siguientes factores:

1. Ofrecer productos de calidad
 - a. Por ejemplo, servir productos artesanales.
2. Precios
 - a. Determinar precio según la competencia, no hay que ponerlos ni muy bajo ni muy altos.
3. Ofrecer servicios de conexión a internet
4. Cuidar el ambiente
5. Ofrecer un servicio de calidad

Reparto de roles

Persona A → analiza el **macroentorno**. → Hecho por Cristina Sandoval Laborde, Darío Bonilla Perea.

Persona B → analiza el **microentorno**. → Hecho por Daniel García Méndez.

Luego contrastad las ideas y unidlas en un único documento.

- **Justificación escrita**

- Elaborad una **respuesta conjunta** en la que:
- Defináis cada factor identificado.
- **Justifiquéis en 2–3 frases por qué influye** en la cafetería.

Webgrafía

<https://lamafia.es/blog/que-proveedores-necesita-un-restaurant/>

<https://www.battever.com/hosteleria/10-ideas-para-atraer-clientes-a-una-cafeteria/>

<https://www.heraldo.es/noticias/economia/2025/04/01/espanoles-reducen-visita-bares-inflacion-estudio-1812295.html>

<https://www.abc.es/economia/desayunar-carro-alza-precio-cafe-chocolate-huevos-20250919121544->

nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Feconomia%2Fdesayunar-carro-alza-precio-cafe-chocolate-huevos-20250919121544-nt.html%3Futm_source%3Dchatgpt.com&utm

<https://elpais.com/extra/grandes-empresas/2025-09-21/del-capricho-a-lo-sano-asi-estan-cambiando-los-habitos-de-compra.html>