

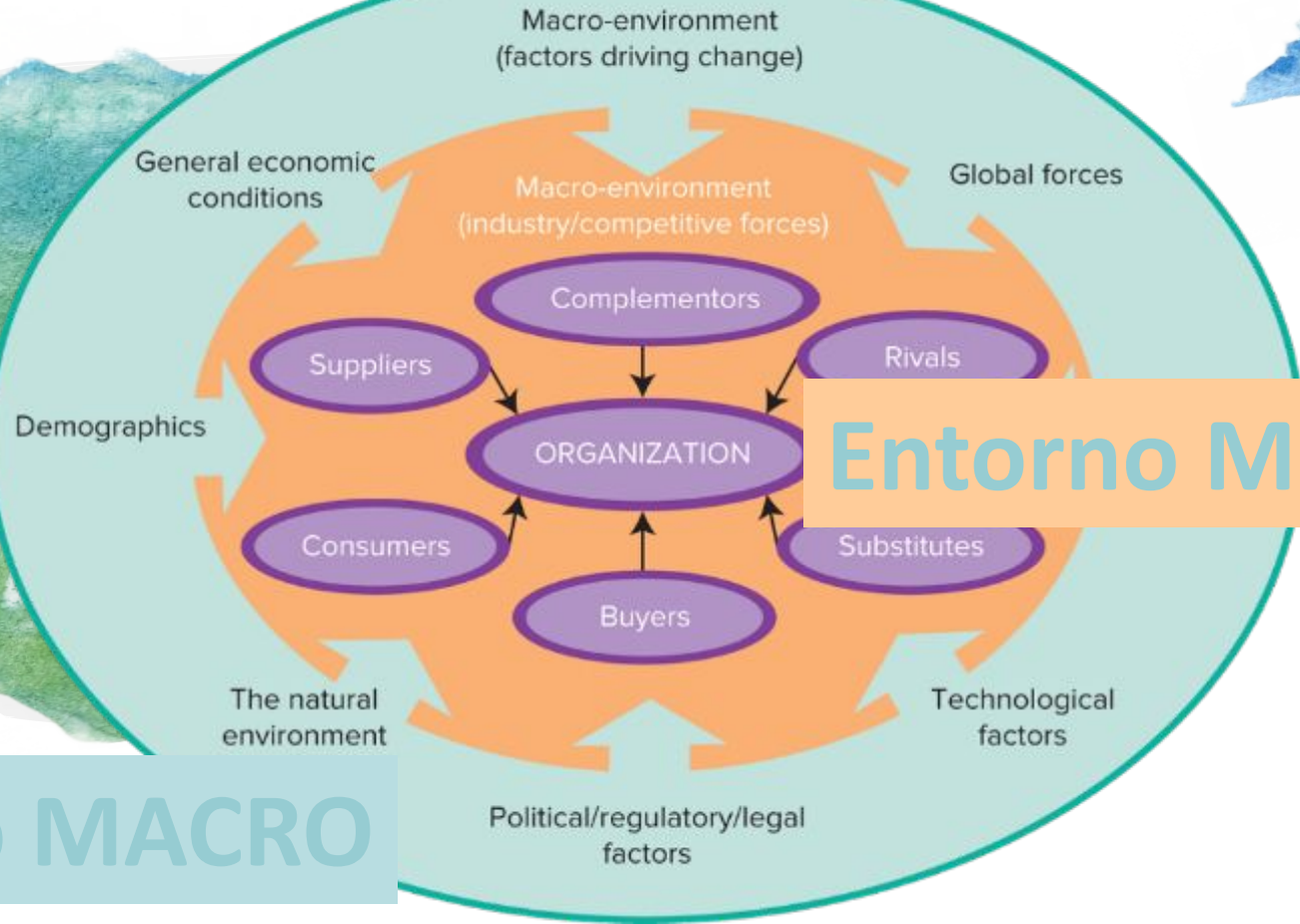
# Escuela de Negocios

## Análisis del Ambiente Externo

# ¿Qué debemos tener en cuenta para definirla?



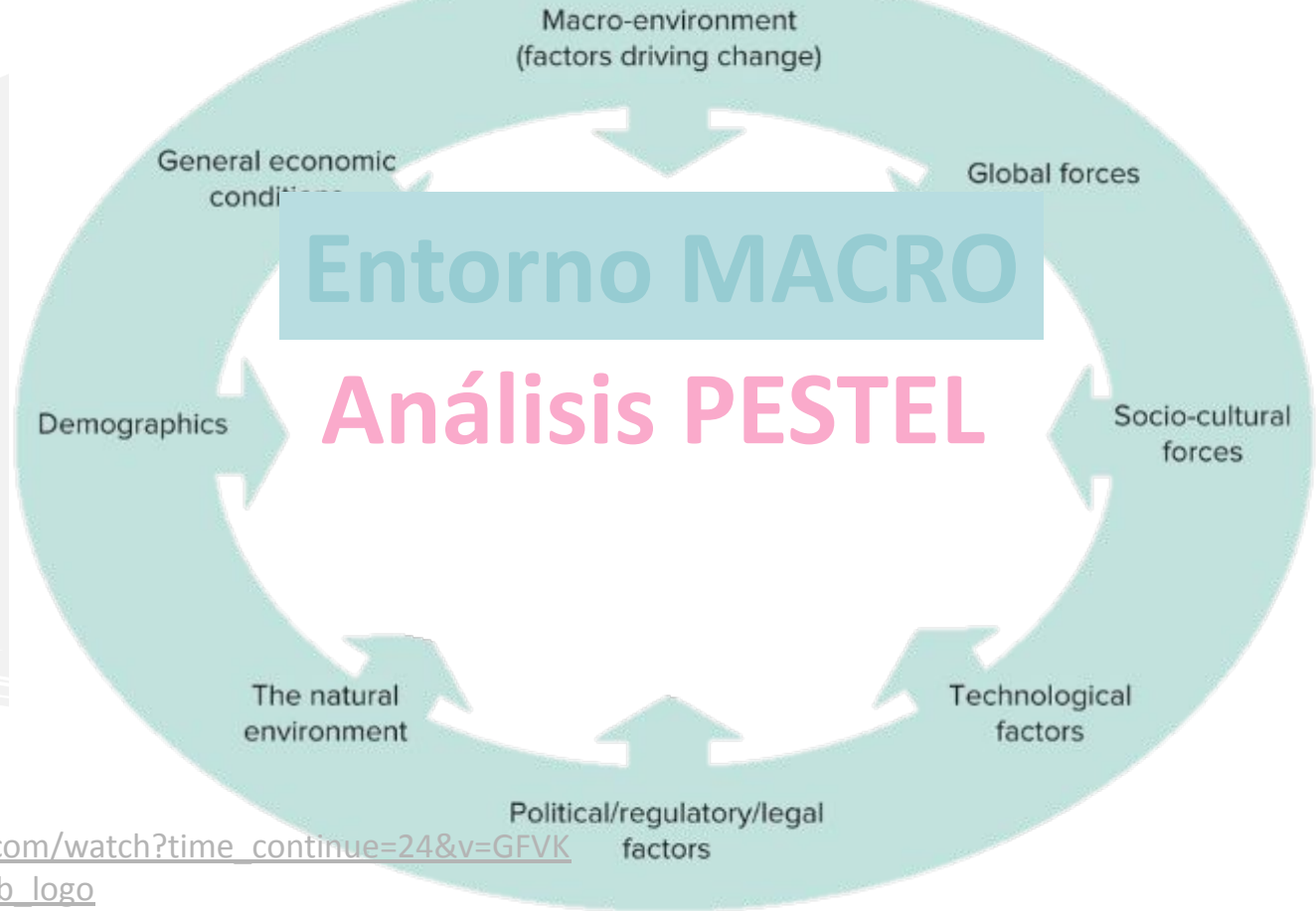
# Ambiente externo



Entorno MICRO

Entorno MACRO

# Ambiente externo





# Factores POLÍTICOS

Todas las actividades políticas que se desarrollan dentro de un país y, si hay alguna fuerza externa, pueden inclinar la balanza de cierta manera. Analizan el temperamento político y las políticas que un gobierno puede implementar para algún efecto.

- ***Políticas comerciales***
- ***Cambios del gobierno***
- ***Accionista y sus demandas***
- ***Fondos***
- ***Liderazgo gubernamental***
- ***Cabildeo***
- ***Presiones extranjeras***
- ***Conflictos en la arena política.***

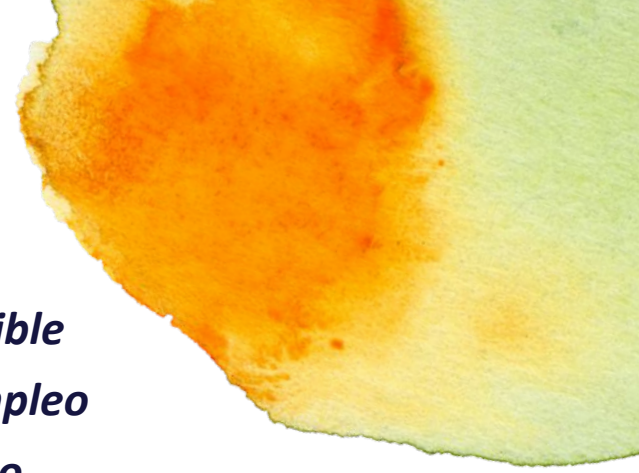




# Factores ECONÓMICOS

La condición económica prevaleciente en el país y si los escenarios económicos globales podrían hacer que cambie o no. Todo esto puede afectar el ciclo de oferta y demanda y puede dar lugar a cambios importantes en el entorno empresarial.

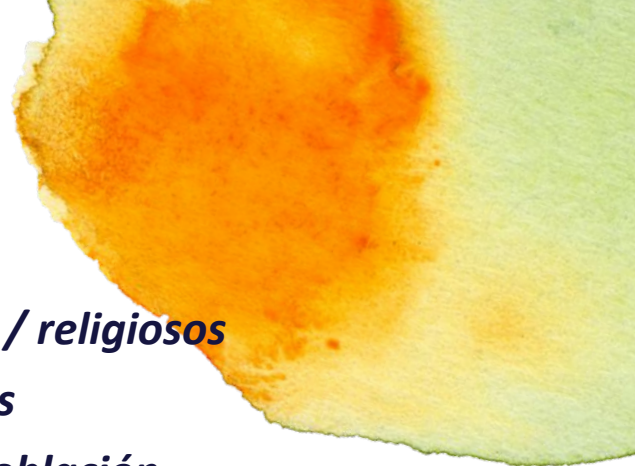
- ***Ingreso disponible***
- ***Nivel de desempleo***
- ***Tipos de cambio***
- ***Aranceles comerciales***
- ***Tasa de inflación***
- ***Tendencias económicas extranjeras***
- ***Problemas de impuestos generales***
- ***Cambios impositivos específicos de productos / servicios.***
- ***Situación económica local y tendencias***
- ***Tasas de interés***



# Factores SOCIALES

La mentalidad social de las personas que viven en un determinado país. Esto resume el aspecto de la cultura, la demografía de la edad, el género y sus estereotipos relacionados, a veces este análisis debe incluir los factores religiosos (cuando se trata de productos o servicios de un tipo diferente).

- ***Factores étnicos / religiosos***
- ***Cuestiones éticas***
- ***Cambios en la población***
- ***Demografía***
- ***Salud***
- ***Opiniones y actitudes de los consumidores***
- ***Cambio en el estilo de vida***
- ***Educación***
- ***Tendencias***
- ***Historia***

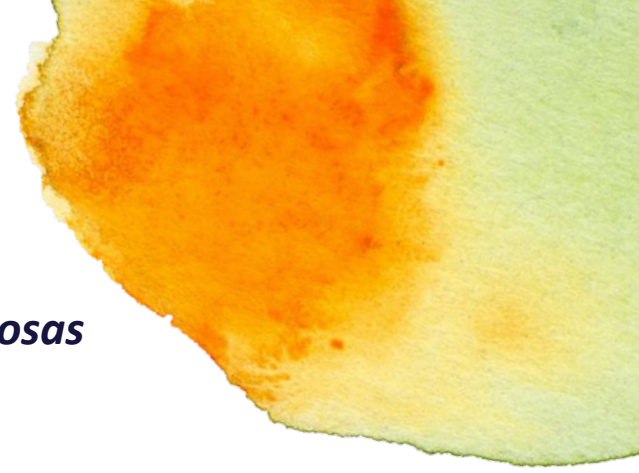




# Factores TECNOLÓGICOS

Tomar en cuenta la velocidad a la que avanza la tecnología y cuánta integración necesita tener una empresa con ella.

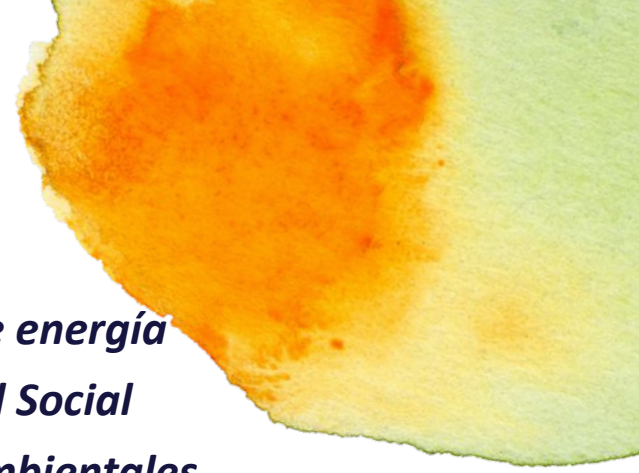
- *Internet de las cosas*
- *Impresión 3d*
- *La nube*
- *Dispositivos móviles*
- *Biotechnología*
- *Analítica de datos*
- *Autotech*
- *Robótica*
- *Inteligencia artificial*
- *Licencias, patentes.*



# Factores ECOLÓGICOS

Tienen que ver con ubicaciones geográficas y otros factores ambientales relacionados que pueden influir en la naturaleza del comercio en el que se encuentra.

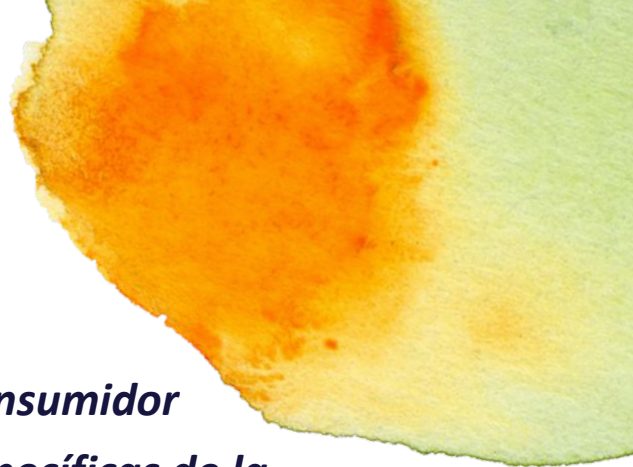
- ***Conservación de energía***
- ***Responsabilidad Social***
- ***Regulaciones ambientales***
- ***Situaciones medio-ambientales***

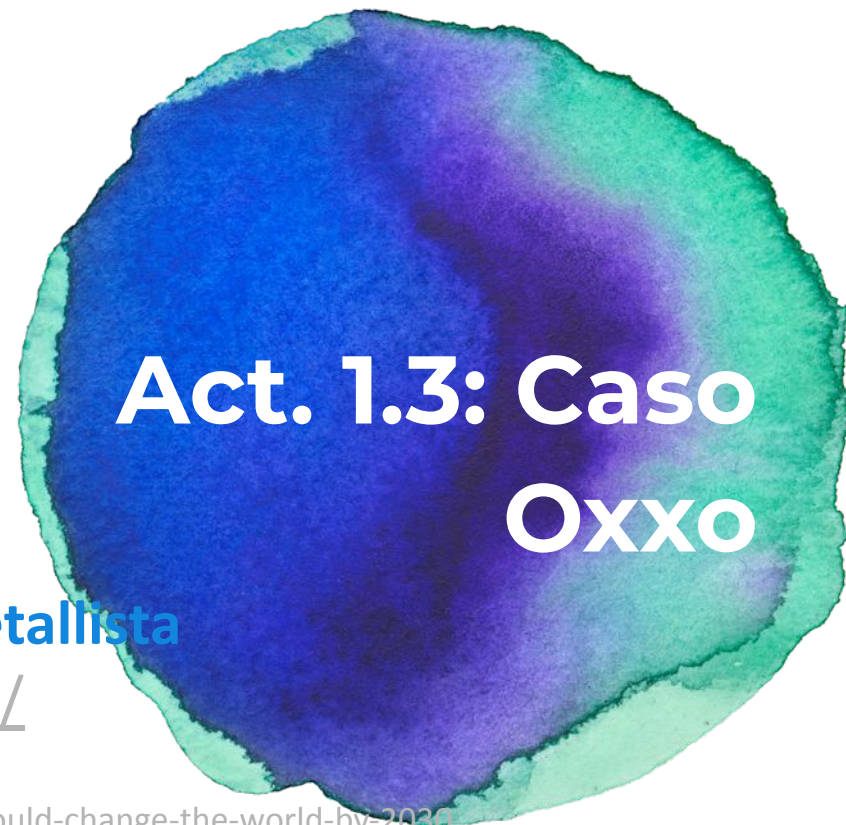


# Factores LEGALES

Los componentes legislativos y procesales en una economía. Además, esto tiene en cuenta ciertos estándares que su empresa podría tener que cumplir para comenzar la producción / promoción.

- ***Ley de Empleo***
- ***Protección al Consumidor***
- ***Regulaciones específicas de la industria.***
- ***Regulaciones competitivas***
- ***Legislación actual mercado interno***
- ***Legislación futura***
- ***Organismos reguladores y sus procesos.***
- ***Patentes.***





**1. Investiga los factores PESTEL que aplican a la industria del comercio detallista**

**2. <https://online.visual-paradigm.com/>**

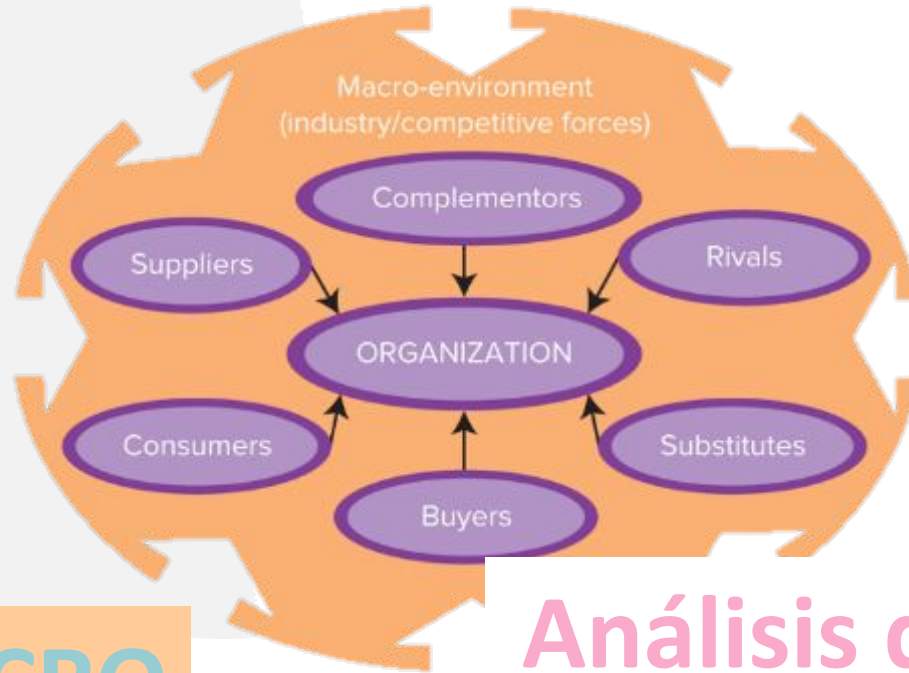
<https://www.weforum.org/agenda/2017/08/4-mega-trends-that-could-change-the-world-by-2030>

<https://www.observatoriotecnologico.org.mx/>

<https://trendwatching.com/quarterly/2019-11/5-trends-2020/#>

# Ambiente externo

<https://www.youtube.com/watch?v=UUKAX0E4ckM>



Entorno MICRO

Análisis de Fuerzas  
de Porter



- ▶ Las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter



## Poder de los Proveedores:

- Evaluación de lo fácil que es para los proveedores aumentar los precios.
- Cuantas menos opciones de proveedor tenga, y cuanto más necesite la ayuda de los proveedores, más poderosos serán sus proveedores.
- Factores a considerar:
  - Número
  - Tamaño
  - Originalidad del producto/servicio
  - Costo de cambio



## Poder de los Clientes:

- Qué fácil es para los compradores bajar los precios.
- Si trata con pocos compradores poderosos, a menudo pueden dictarle términos.
- Factores a considerar:
  - Número
  - Tamaño
  - Diferencia entre competidores
  - Sensibilidad al precio
  - Costo de cambio



## Rivalidad entre competidores:

- Si existen muchos competidores y ofrecen productos y servicios igualmente atractivos, la rivalidad es alta.
- Si nadie más puede hacer lo que haces, la rivalidad es baja.
- Factores a considerar:
  - Número
  - Diferencias en calidad
  - Otras diferencias
  - Lealtad del cliente
  - Costo de cambio



## Nuevos entrantes:

- La capacidad de nuevos competidores para ingresar a la industria.
- Barreras de entrada bajas o débiles: los nuevos competidores pueden ingresar rápidamente y debilitar su posición.
- Factores a considerar:
  - Tiempo y costo de entrada
  - Conocimiento especializado
  - Economías de escala
  - Protección tecnológica
  - Barreras de entrada



## Sustitutos:

- La capacidad de los clientes para encontrar una forma diferente de hacer lo que haces.
- Si la sustitución es fácil y viable, entonces esto debilita su poder
- Factores a considerar:
  - Desempeño del producto/servicio sustituto
  - Costo del cambio







- Realiza el análisis de las Fuerzas de Porter para OXXO.

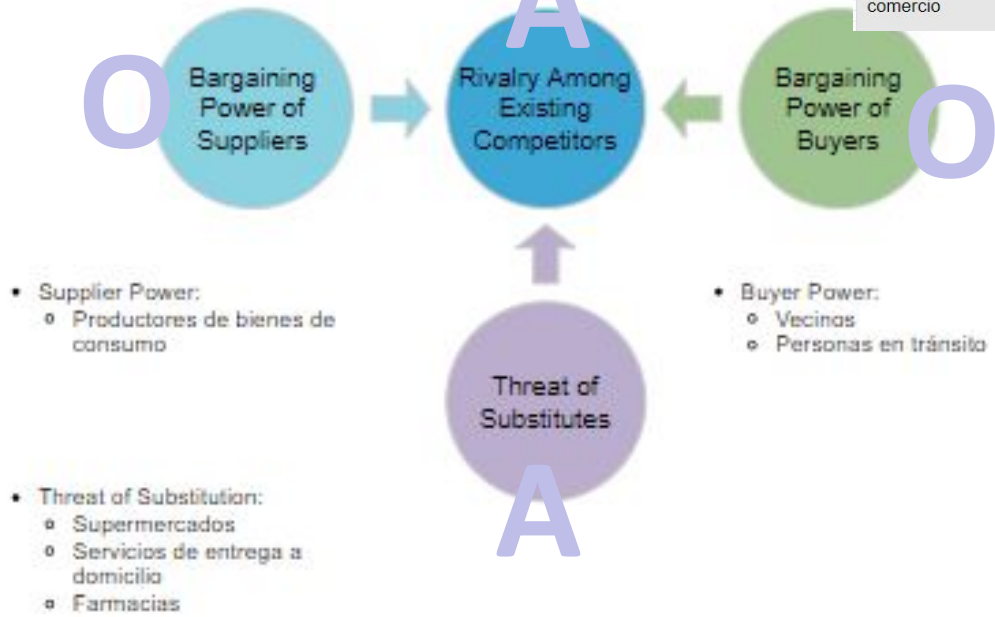
<https://online.visual-paradigm.com/w/fzmhvpbbp/diagrams/#diagram:workspace=fzmhvpbbp&proj=0&type=BlockDiagram&gallery=/repository/0ea5cca0-23b1-4f9f-8196-103d086ac1ef.xml&name=PESTLE%20and%20Five%20Forces%20Analysis>



- Threat of New Entrants:
  - Alta inversión
  - Convenios con proveedores

- Competitive Rivalry:
  - Televen
  - SuperCity
  - Circle K
  - Extra

P	E	S	T	L	E
Political	Economic	Social	Technological	Legal	Environmental
Perspectiva presidencial con respecto a las empresas Poder de negociación de las cámaras de comercio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desempleo</li> <li>Tasa de crecimiento</li> <li>Inflación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uso de la tecnología</li> <li>Migración</li> <li>Envejecimiento de la población</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>IoT</li> <li>Datamining</li> <li>IA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Protección al consumidor</li> <li>Uso de suelo</li> <li>Protección al trabajador</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conciencia ecológica</li> <li>Huella de carbono</li> <li>Responsabilidad Social</li> </ul>



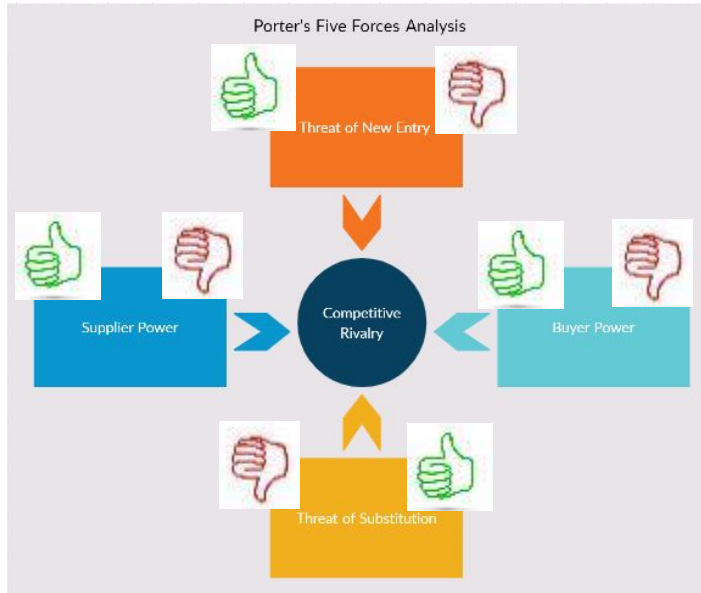
- Supplier Power:
  - Productores de bienes de consumo

- Buyer Power:
  - Vecinos
  - Personas en tránsito

- Threat of Substitution:
  - Supermercados
  - Servicios de entrega a domicilio
  - Farmacias



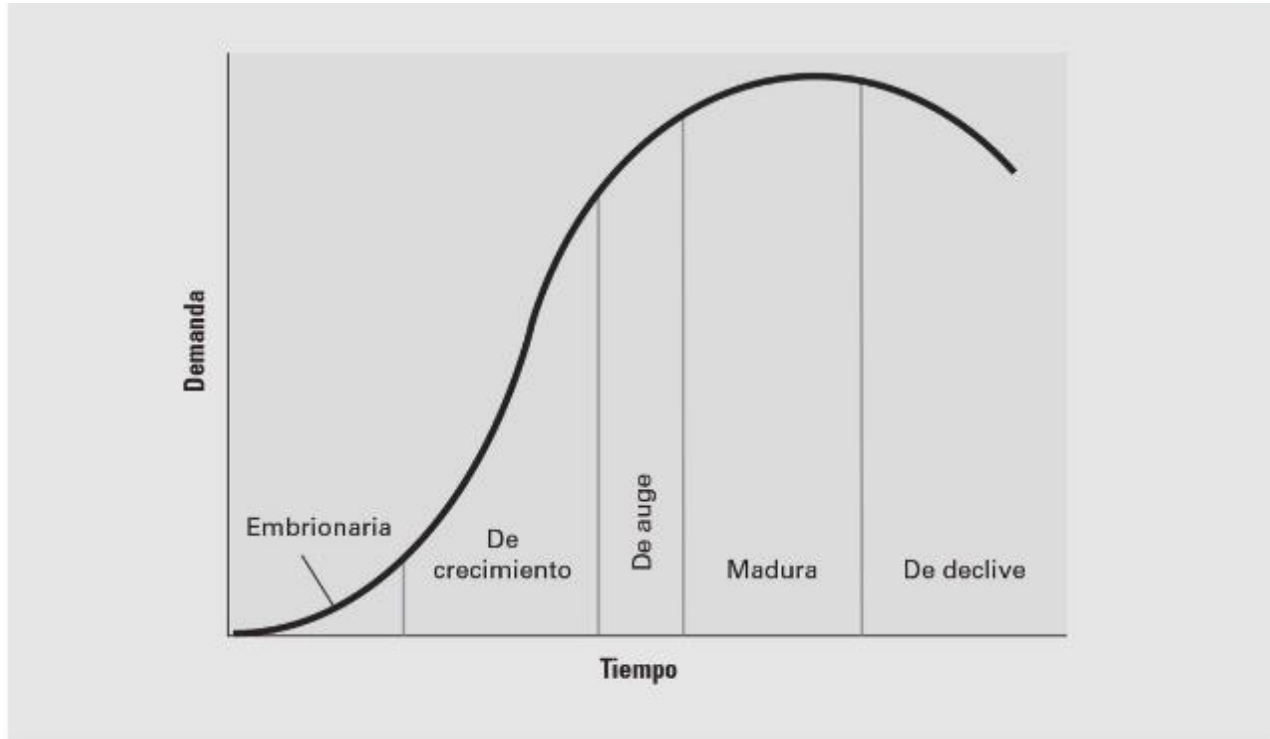
# Impacto del Ambiente Externo



# Análisis del Ciclo de Vida

Una de las herramientas que se utilizan para estudiar la industria es el Análisis del Ciclo de Vida, ya que permite comprender bien la estructura de la misma. El término de Ciclo de Vida es ampliamente aceptado como un instrumento valioso para estudiar la evolución de los productos y de las industrias en el mercado. La lógica de este análisis es representada a través de cuatro fases: emergente, crecimiento, madurez y declive.

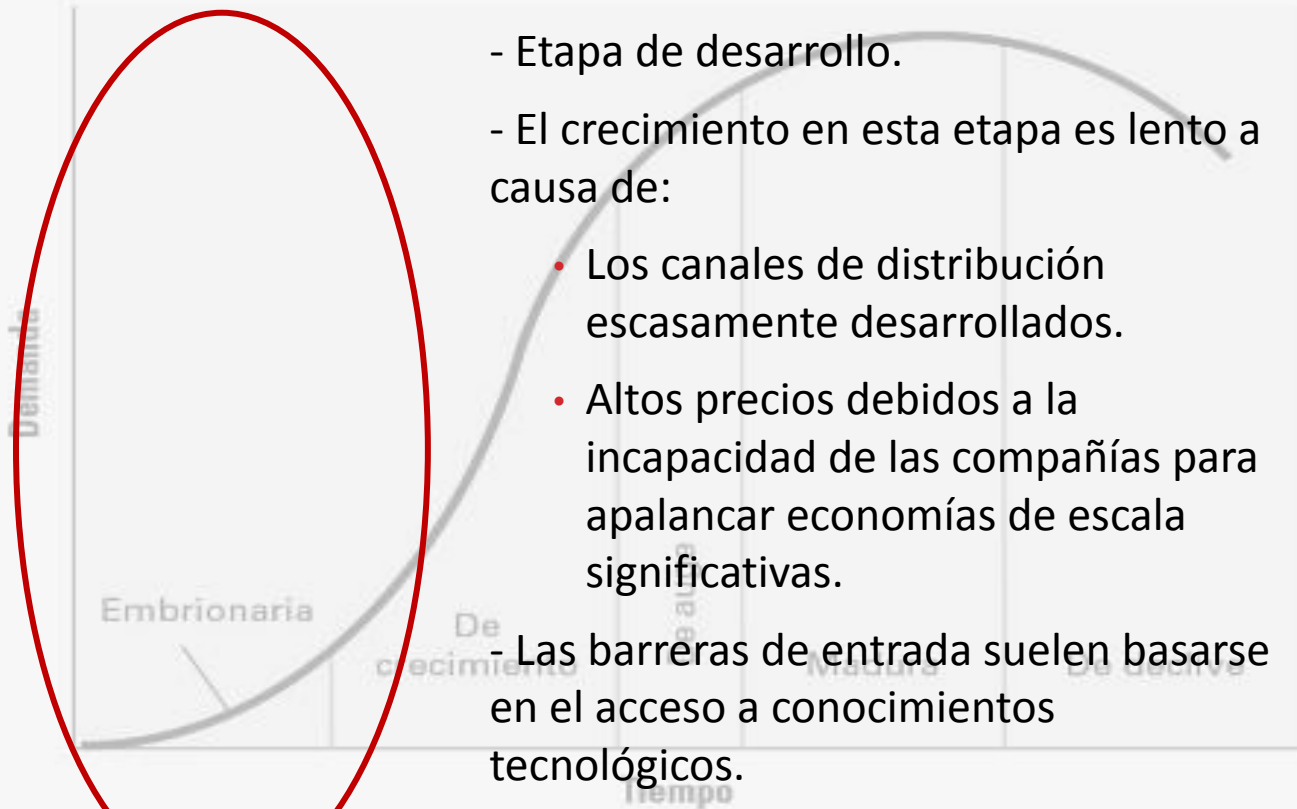
Según evolucione una empresa a través de su Ciclo de Vida, la naturaleza y características de la competencia también irán cambiando.



Sin embargo existen dos aspectos claves a considerar dentro de este Análisis:

- \* Se desconoce la duración de cada una de las etapas, que puede variar de un sector a otro.
- \* Y, el crecimiento del sector que no siempre pasa por todas las fases, a veces puede omitir la madurez y pasar directamente al declive.

# Industrias embrionarias



# Industrias en crecimiento



- Una vez que la demanda del producto de una industria empieza a aumentar.
- Una industria crece cuando:
  - Los precios caen porque se han alcanzado economías de escala.
  - Los canales de distribución se desarrollan.
- La amenaza de competidores potenciales suele llegar en este punto a su nivel más alto.
  - **Rivalidad baja:** Algunas compañías aún tienen que alcanzar economías de escala significativas o afianzar la lealtad a su marca.

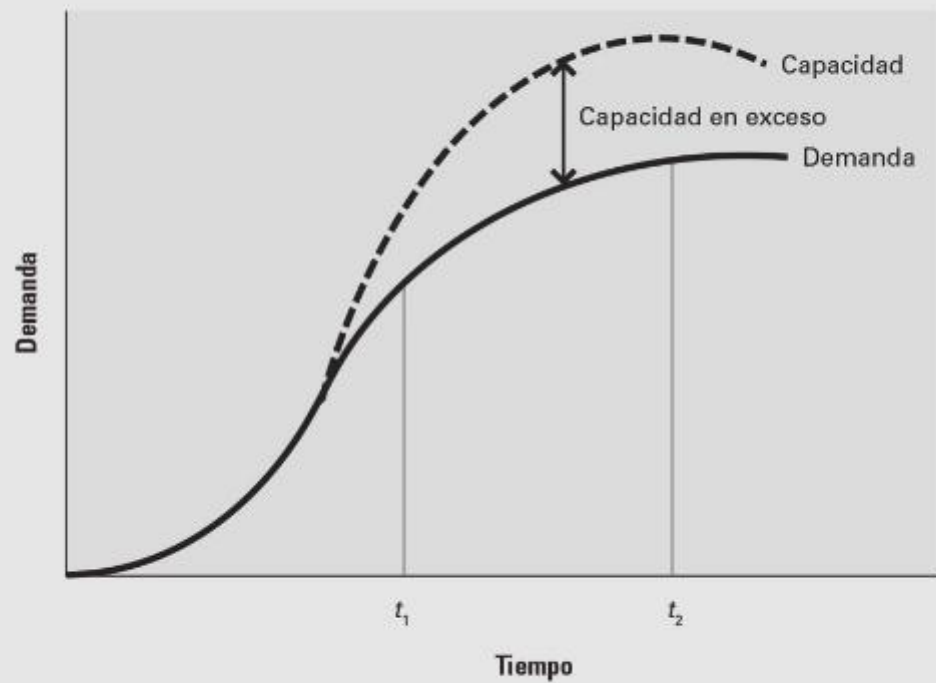


# Auge y decadencia de la industria



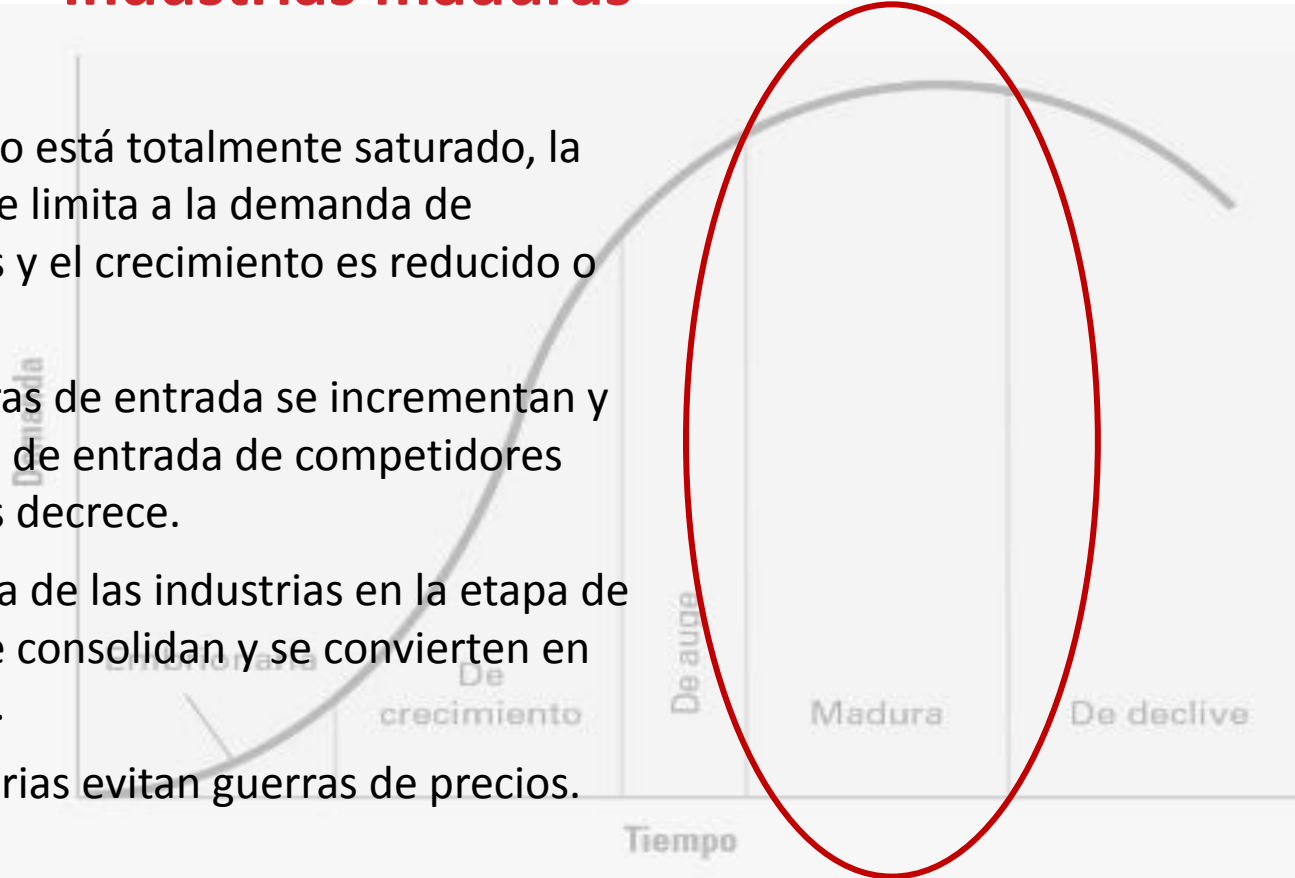
- La demanda se acerca a niveles de saturación.
  - Quedan pocos compradores potenciales de primera vez.
- La rivalidad entre compañías puede aumentar.
- Guerra de precios que lleve a la bancarrota a las empresas ineficientes y desaliente la entrada de nuevos participantes.

Figura 2.4 Crecimiento de la demanda y la capacidad



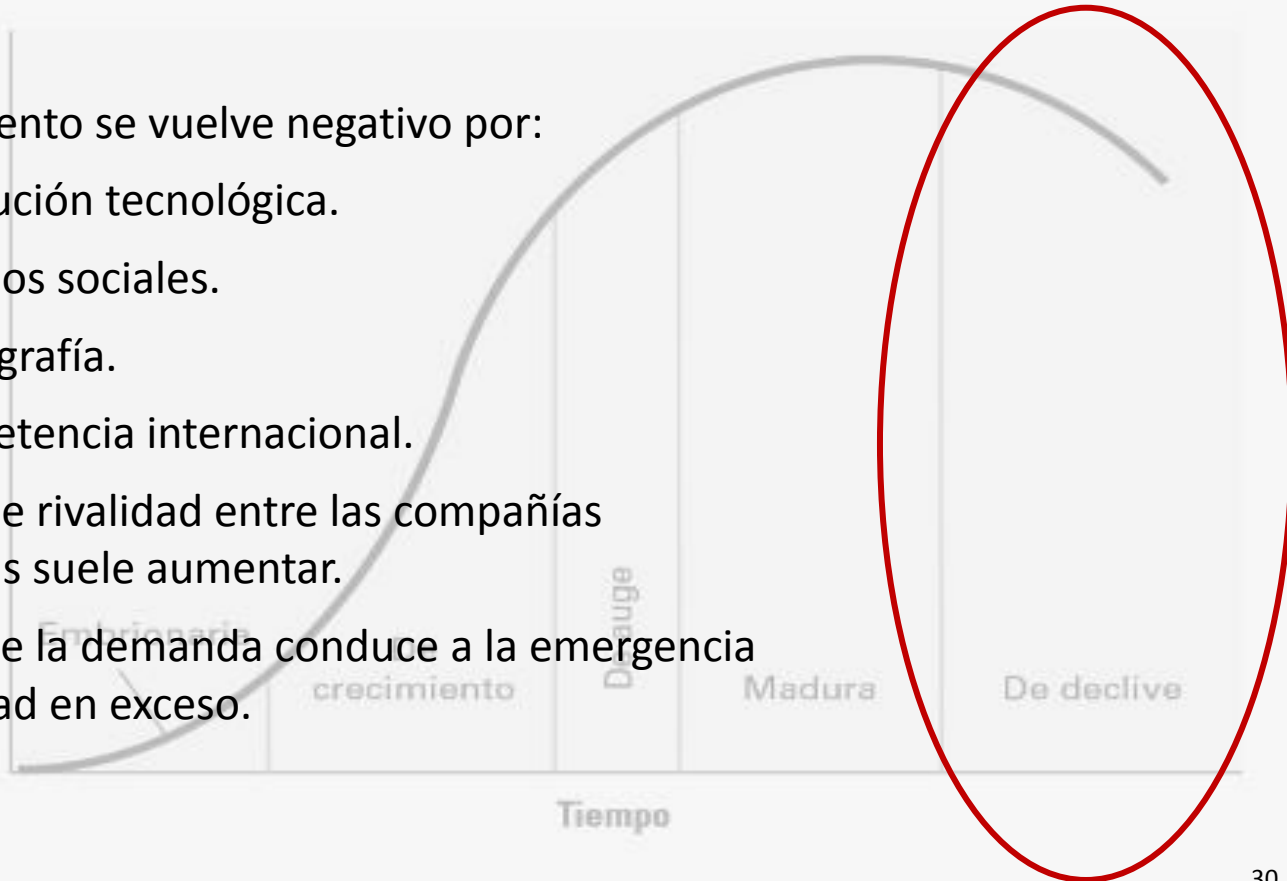
# Industrias maduras

- El mercado está totalmente saturado, la demanda se limita a la demanda de reemplazos y el crecimiento es reducido o nulo.
- Las barreras de entrada se incrementan y la amenaza de entrada de competidores potenciales decrece.
- La mayoría de las industrias en la etapa de madurez se consolidan y se convierten en oligopolios.
- Las industrias evitan guerras de precios.



# Industrias en declive

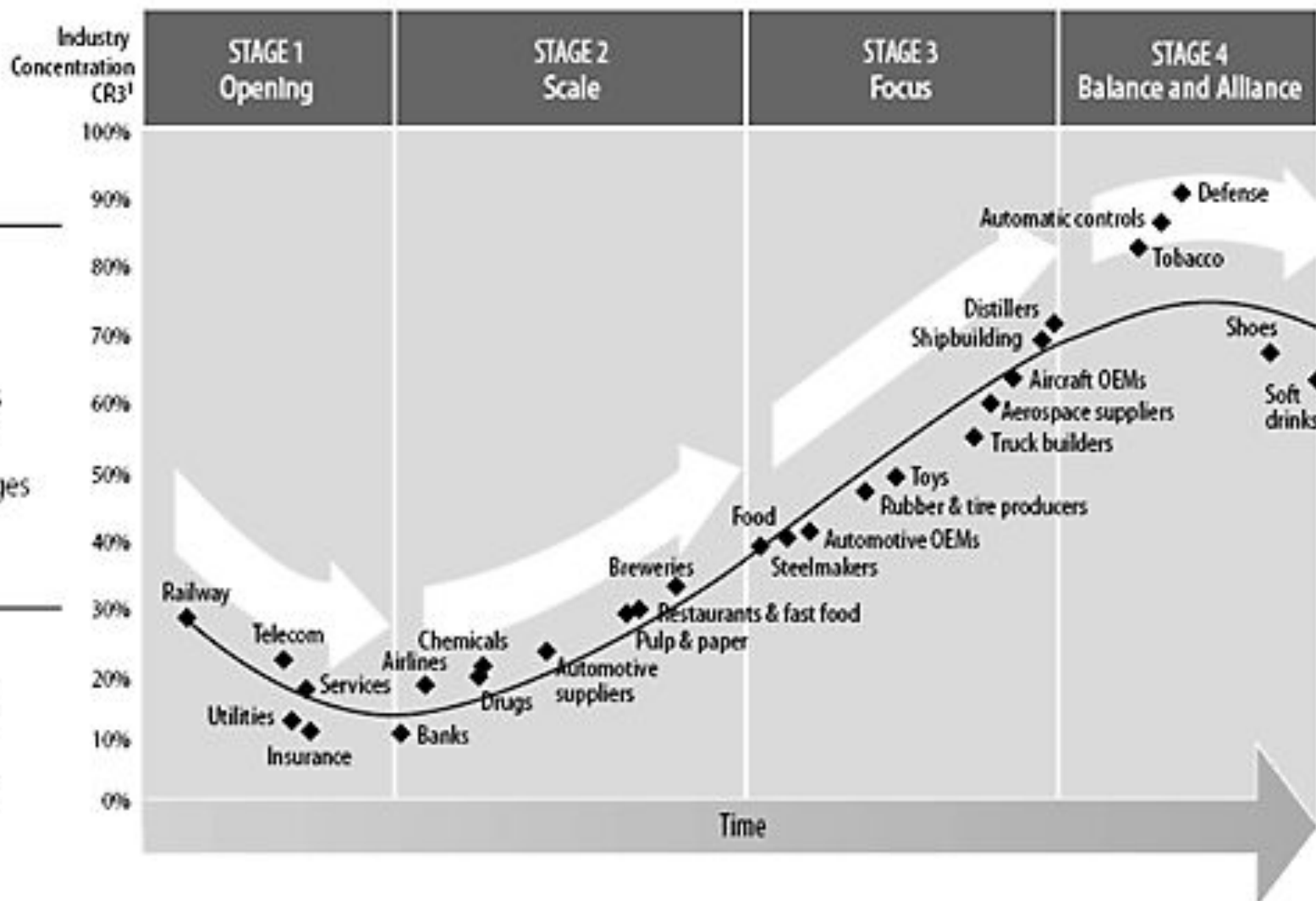
- El crecimiento se vuelve negativo por:
  - Sustitución tecnológica.
  - Cambios sociales.
  - Demografía.
  - Competencia internacional.
- El grado de rivalidad entre las compañías establecidas suele aumentar.
- La caída de la demanda conduce a la emergencia de capacidad en exceso.



# Industry Consolidation Life Cycle

Once an industry forms or is deregulated, it will move through four stages of consolidation – or disappear.

<sup>1</sup>CR3 = The combined market share of the three largest companies in an industry (based on A.T.Kearney's Value-Building Growth database of 25,000 companies).



## Ejercicio: Coloca a las empresas en su correspondiente etapa en el ciclo de vida

