

## UNIDAD 2: EL ENTORNO.

### MACROENTORNO: EL ENTORNO GENERAL

#### 1. Análisis del Macroentorno de tu empresa:

**Factores políticos:** ¿Hay estabilidad política y social? ¿Hay subvenciones para nuestro sector de actividad? ¿Qué normativa puede afectarnos?

**Factores económicos:** ¿Cómo se encuentra la coyuntura económica en España o en la región donde se encuentra tu empresa, hay una situación de crisis económica, de estabilidad o de crecimiento económico? ¿Hay desempleo, cómo son los niveles de desempleo?

**Sociales:** ¿Están cambiando los gustos de los clientes? ¿Cuáles son los hábitos de consumo de la población respecto al producto o servicio que pretendemos introducir?

**Tecnológicos:** ¿Hay cambios tecnológicos que influyen en mi empresa?

#### 2. Clasifica el tipo de entorno de tu empresa en función a los siguientes parámetros:

Indica si es un entorno Sencillo o Cambiante:

**Estabilidad:** Estable / Dinámico

¿Es un entorno donde se producen muchos cambios o pocos? ¿Por qué?

**Complejidad:** Simple /Complejo

¿Se requieren muchos conocimientos y de distinto tipo para dirigir una empresa de este sector o no se necesita estar actualizándose constantemente?

**Integración:** Integrado / Diversificado

¿Se va a vender el producto en un sólo mercado o hay distintos mercados donde puede venderse?

**Hostilidad:** Favorable / Hostil

¿Hay mucha competencia en ese sector y hay que reaccionar con rapidez? ¿Es un sector donde la competencia no para de sacar innovaciones?

### MICROENTORNO: EL ENTORNO ESPECÍFICO DEL SECTOR

Analiza cómo influyen las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter en tu empresa.

#### 1. Competidores: ¿Cuál crees que es el grado de competencia entre las empresas actuales?

- ¿Hay muchas o pocas empresas sobre este negocio?
- ¿Está creciendo el sector?
- ¿Tu producto es similar a otros del mercado?
- ¿Las otras empresas pueden vender más de lo que venden?
- ¿Qué barreras de salida existen si tuvieras que dejar el negocio?

#### 2. Barreras de entrada al sector: ¿Hay posibilidad de que entren nuevos competidores al sector?

- ¿Cuánto tendrían que invertir para entrar?

- ¿Pueden ofrecer un producto distinto del tuyo?
- ¿Pueden acceder a los canales de distribución, mayoristas, minoristas, clientes, etc?
- ¿Se necesitan requisitos legales exigentes?

**3. Productos sustitutivos:**

- ¿Qué productos pueden satisfacer la misma necesidad que el tuyo sin llegar a ser lo mismo?

**4. Poder de negociación de los proveedores: ¿Qué poder tienen los proveedores?**

- ¿Hay muchos proveedores donde elegir?
- ¿Si un proveedor no te gusta, puedes cambiar y comprar otro producto similar?
- ¿Le compras gran cantidad de producto al proveedor y ello te permite negociar precios, o le compras poco y no hay fuerza para negociar?

**5. Poder de negociación de los clientes: ¿Qué poder tienen los clientes a la hora de negociar?**

- ¿Hay escasos y no puedes negociar mucho?
- ¿Pueden comprar otro producto similar al tuyo que cubra su necesidad?
- ¿Te compran mucho los clientes y tienen poder para negociar precios?

**ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA:**

Lee el siguiente artículo donde se detalla cómo realizar un análisis de la competencia y a continuación procede a realizar el análisis de la competencia de tu empresa.

<https://www.infoautonomos.com/estudio-de-mercado/analisis-de-la-competencia-en-tu-estudio-de-mercado/>

En el mercado ya existen empresas que ofrecen ese producto o uno similar. Se trata de preguntarse: ¿Quiénes son las mejores empresas de la competencia que ya hacen bien las cosas?

**1º Las mejores empresas de la competencia:**

-Visita e investiga las webs de tu competencia y elige las 2 o 3 mejores empresas de la competencia.

¿Cuáles crees que son sus puntos fuertes que le hacen ser las mejores?

¿Tienen algún punto débil que puedas mejorar?

**2º Mi competencia directa:**

Puede ser que tu competencia directa, en tu zona o de tu producto, no sean las mejores empresas ya que vendéis en ámbitos distintos. Elige 2 o 3 empresas que sean de tu competencia directa y analízalas en profundidad.

**Analiza de cada uno de tus competidores lo siguiente:**

- Cuantos son y dónde están.
- Cuánto venden, si son grandes o pequeñas empresas.
- Sus productos, su calidad, sus precios, cómo venden.
- Las estrategias de publicidad y marketing que siguen.
- El nivel de satisfacción de sus clientes.
- La estrategia de mercado que siguen: innovar, crecer, estable.
- Sus puntos fuertes, qué hacen bien, y sus puntos débiles, los motivos por los que los clientes dejaron de comprarles.