

Análisis PESTEL

En el entorno del marketing, que puede dividirse en el microentorno y el macroentorno, actúan fuerzas que las empresas no siempre pueden controlar. El **microentorno** está formado por aquellos agentes que son muy cercanos a la empresa y se encuentran en interactividad constante con ella, como proveedores, intermediarios y competidores.

Los factores de este entorno microeconómico no siempre se pueden controlar directamente, pero, en cualquier caso, se puede influir en ellos. El **macroentorno**, en cambio, está formado por aquellos elementos que también interactúan con el conjunto de la empresa, pero sobre los que esta no puede influir de ningún modo.

Cuando estudiamos el microentorno, analizamos los intermediarios, los proveedores, los competidores y la estructura del sector. Para analizar el macroentorno, podemos recurrir al análisis PESTEL, que funciona como un marco o herramienta que permite estudiar o monitorizar los factores del macroeconómicos.

Si quieres saber qué es el análisis PESTEL y para qué sirve, sigue leyendo. Te contamos con más detalle en qué consiste cada una de las categorías que contempla el análisis PESTEL con ejemplos reales.

¿Qué es el análisis PESTEL?

Cuando realizamos un análisis PESTEL, obtenemos **información detallada que nos permite conocer el macroentorno en el que la empresa opera** considerando factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, jurídico-legales y medioambientales. A través de él, los emprendedores pueden realizar una evaluación de los principales elementos que tendrán alguna influencia en su proyecto.

En la práctica, los análisis del entorno general basados en el método PESTEL suelen ir acompañados de estudios microeconómicos. Su objetivo es identificar oportunidades y riesgos derivados del entorno de la empresa.

Es aconsejable comparar la **lista de oportunidades y amenazas** detectadas mediante un análisis del entorno externo con puntos fuertes y débiles de la empresa en el marco de un análisis DAFO. Así, podremos implementar las medidas estratégicas necesarias tras haber establecido en primer lugar el ámbito de actuación.

Definición

Cuando realizamos un análisis PESTEL, estudiamos con detalle cuál es el entorno macroeconómico de nuestra empresa. El objetivo es identificar aquellos factores que pueden influir sobre la empresa y que proceden de aquellas partes de la sociedad que afectan directa o indirectamente a la empresa o a sus actividades en el mercado. El resultado de este análisis es una lista de oportunidades y amenazas que podemos utilizar para realizar análisis posteriores en el marco de nuestra estrategia de marketing.

Factores que pueden influir en nuestra empresa y se consideran en un análisis PESTEL

El análisis PESTEL es una **ampliación del análisis PEST**. Como definición, en un análisis PEST se tienen en cuenta exclusivamente los factores:

- socioculturales (**S**ocial),
- tecnológicos (**T**echnological),
- económicos (**E**conomic) y
- políticos (**P**olitical)

Por su parte, en un análisis PESTEL también se consideran los factores:

- ecológicos (**E**nvironmental o **E**cological) y
- legales (**L**egal)



Factores políticos que pueden influir en la empresa

Los factores políticos que pueden influir en nuestra empresa y que son considerados dentro de un análisis PESTEL cubren todos aquellos aspectos relativos a la **organización estatal** y que afectan directa o indirectamente a los procesos empresariales del negocio. Entre otras, podemos destacar las siguientes condiciones marco con las que suelen estar relacionados:

- Orden económico de un país
- Política exterior actual y deseada
- Relaciones bilaterales
- Estabilidad del sistema político
- Libertad de prensa
- Nivel de burocracia y de corrupción
- Lobbies y grupos de presión
- Política de seguridad
- Política comercial
- Regulación y desregulación estatal

Tener en cuenta los factores políticos que pueden influir en nuestra empresa nos ayuda, principalmente, a identificar aquellas barreras comerciales, arancelarias o no, que podrían dificultarnos llegar hasta nuestro mercado objetivo y que, de este modo, pondrían en riesgo nuestro modelo de negocio.

Las **barreras comerciales arancelarias**, que afectan nuestra libertad a la hora de diseñar los procesos comerciales, incluyen, entre otras:

- Política aduanera (derechos de importación y de exportación)

- Subvenciones a la exportación
- Políticas fiscales

Algunos ejemplos de **barreras comerciales no arancelarias** serían:

- Medidas de vigilancia de las importaciones
- Prohibiciones y restricciones a la exportación
- Fijación de un precio mínimo para las importaciones

Por otra parte, la influencia política sobre el desarrollo económico del mercado también puede traducirse en una serie de oportunidades para los emprendedores, por ejemplo, a través de:

- Financiación
- Subvenciones

Factores económicos que pueden influir en la empresa

Los factores económicos que pueden influenciar a nuestra empresa nos aportan información sobre el **desarrollo económico** de los mercados que son importantes para ella. Algunos de los aspectos que se tienen en cuenta dentro de este contexto son:

- Crecimiento económico
- Producto interior bruto
- Volumen de población
- Condiciones de producción
- Comportamiento de los consumidores
- Flujo de capital
- Importaciones / exportaciones
- Evolución de los mercados bursátiles
- Disponibilidad de crédito

Estos factores tienen un impacto significativo sobre el éxito y la rentabilidad de una empresa. Por ejemplo, los siguientes factores pueden suponer un **riesgo económico** para nuestra empresa:

- Variaciones de los tipos de interés
- Fluctuación de los precios
- Recesión
- Variaciones de los tipos de cambio
- Inflación
- Tasa de desempleo
- Aumento de los costes laborales
- Escasez de recursos

Por otro lado, los siguientes factores económicos pueden suponer una **oportunidad económica** para nuestra empresa:

- Aumento de la renta per cápita
- Aumento de las inversiones en nuestro sector objetivo
- Aumento de la demanda

Factores socioculturales que pueden influir en la empresa

Antes de definir cuál es el entorno sociocultural de nuestra empresa, es una buena idea analizar qué **características demográficas** encontramos:

- Estructura de edad

- Clases sociales
- Esperanza de vida
- Índice de aumento o disminución de la población
- Idioma
- Distribución de la riqueza
- Nivel educativo
- Tamaño y estructura familiares

Las **normas, valores y pautas de comportamiento** también pueden acabar influyendo de forma decisiva sobre los procesos empresariales. Por ejemplo:

- Sensibilización sobre la salud
- Hábitos de compra
- Comprensión de los roles (de género)
- Religión
- Modas

Factores tecnológicos que pueden influir en la empresa

El desarrollo tecnológico también puede conllevar toda una serie de oportunidades y riesgos para nuestro modelo empresarial. A continuación, te indicamos cuáles son los factores tecnológicos que pueden influir en tu empresa y que deberías estudiar en un análisis PESTEL.

- Gasto gubernamental en investigación y desarrollo
- Nivel de innovación
- Acceso a las nuevas tecnologías
- Tecnologías disruptivas

Factores ecológicos que pueden influir en nuestra empresa

La segunda “E” del acrónimo PESTEL hace referencia, dependiendo de la interpretación que se le dé, a Environmental (medioambiental) o Ecological (ecológico).

Los factores ecológicos que pueden influir en nuestra empresa incluyen **condiciones físicas o geográficas** como:

- Clima
- Topografía
- Tamaño del país
- Infraestructuras
- Disponibilidad de recursos naturales (materias primas, recursos minerales)

Además, las empresas cada vez prestan más atención a los **aspectos ecológicos** cuando toman decisiones empresariales. Destacamos, como principales factores, lo siguientes:

- Contaminación medioambiental (emisiones, residuos)
- Conciencia medioambiental
- Presiones de las ONG
- Postura adoptada con respecto al uso de productos sostenibles
- Normas sobre reciclado

Factores legales que pueden influir en la empresa

El margen de acción de una empresa dentro de un mercado objetivo determinado depende en gran medida del **sistema legal del país** en el que opera la empresa y, también, de la **concienciación en materia de cumplimiento legal** de su población. En lo que respecta a un análisis PESTEL, es

necesario analizar, considerando este contexto legal, cuáles de los siguientes factores (entre otros) pueden influir sobre tu empresa:

- Legislación sobre competencia
- Legislación antimonopolio
- Limitaciones medioambientales
- Leyes para la protección del consumidor
- Requisitos en materia de sanidad y seguridad laboral
- Legislación sobre fusiones y adquisiciones
- Protección de datos
- Legislación sobre derechos de autor y patentes
- Responsabilidad jurídica
- Estándares de fabricación
- Reglas de etiquetado

Aplicación del análisis PESTEL

En muchos casos, los factores que pueden influir sobre nuestra empresa y que acabamos de comentar, aunque pertenezcan a ámbitos distintos, pueden **estar interrelacionados**. Por ejemplo, si se producen cambios en los aspectos ecológicos, como es posible que el impacto medioambiental sobre una región concreta sea cada vez mayor, normalmente esto conllevará cambios en los planos legal y sociocultural. Siguiendo con el mismo ejemplo, también aumentarían las limitaciones medioambientales y habría una mayor concienciación medioambiental entre la población. Los desarrollos tecnológicos suelen afectar el ámbito económico tanto como las decisiones políticas.

No obstante, es aconsejable considerar por separado los ámbitos propuestos, aunque todos formen parte del análisis PESTEL, y definir cuál es el estado actual y también las tendencias. ¿Qué cambios puedes esperar y cuándo crees que van a producirse? ¿Has sido capaz de identificar los motores de dichos cambios? Por último, ¿cuáles son las oportunidades y los riesgos para tus procesos empresariales, por ejemplo, en lo que respecta a la demanda y al comportamiento de mercado de los clientes, distribuidores y competidores?

Para obtener **la información necesaria** para realizar un análisis PESTEL, podemos recurrir a fuentes primarias y secundarias. Una gran parte de esa información está disponible de manera gratuita en instituciones gubernamentales o asociaciones sectoriales.

Fuentes primarias	Fuentes secundarias
Sondeos	Estadísticas oficiales
Entrevistas	Publicaciones de ministerios
Estudios periciales	Publicaciones de asociaciones profesionales
Observación	Informes de institutos de investigación económica

Fuentes primarias

Fuentes secundarias

Informes sectoriales

Publicaciones de institutos de investigación de mercado

Estudios científicos

Informes anuales de empresas

Información de organizaciones internacionales