

UT 2: EL ENTORNO DE LA EMPRESA

Contenidos:

1. El entorno de la empresa
2. El macroentorno
3. El microentorno
4. El análisis DAFO



1. EL ENTORNO DE LA EMPRESA

- Las empresas **no viven aisladas** del mundo, sino que se **desenvuelven en un entorno** que les afecta en su actividad empresarial.
- Por esta razón, **es necesario analizar el entorno** en el que se desenvolverá la empresa.
- ¿Cómo llegar a cabo el análisis?: **pasos a seguir**
 - 1) Análisis del **macroentorno** o entorno general
 - 2) Análisis del **microentorno** o entorno específico
 - 3) Análisis **DAFO**: con la información recogida sobre el macroentorno y microentorno se hará el análisis DAFO.

MACROENTORNO Y MICROENTORNO

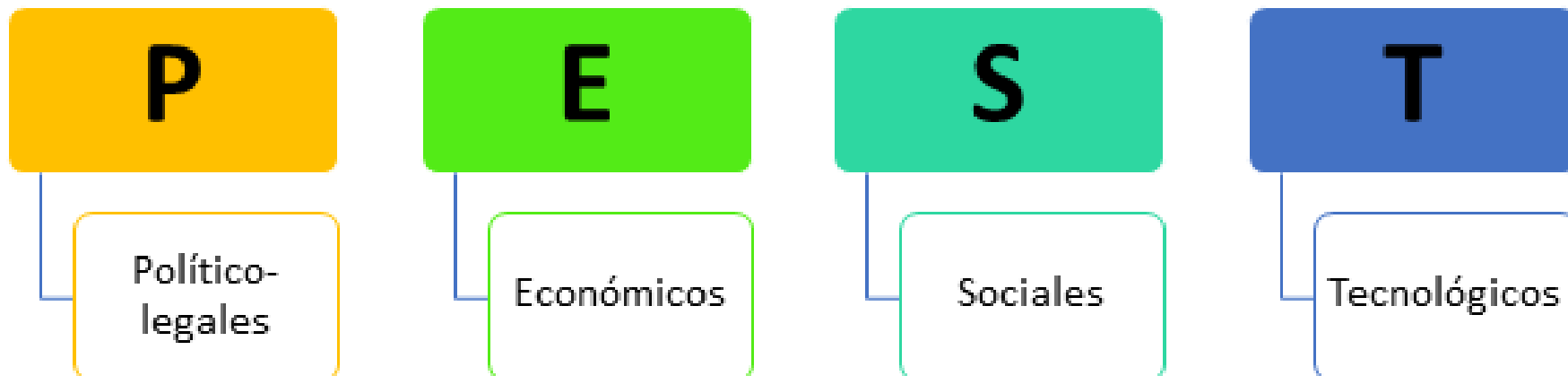
- **Macroentorno o entorno general:**
afecta a todas las empresas, con independencia del sector o actividad al que pertenezca la empresa.
- **Microentorno o entorno específico:**
afecta directamente a nuestra empresa.



2. EL MACROENTORNO

Afecta a todas las empresas, y su análisis se lleva a cabo mediante el análisis **P.E.S.T.**

P.E.S.T.: analiza el macroentorno de la empresa basándose en los factores político-legales, los factores económicos, los factores socioculturales y los factores tecnológicos.



Factores político-legales

Decisiones político-legales que afecten al sector de la empresa.

Por ejemplo: Cambio de gobierno (estabilidad o inestabilidad), leyes que regulan el sector, o iniciativas del gobierno a favor de las empresas.

Factores económicos

- **Crecimiento económico o crisis económica**
- **Política fiscal**: subida o bajada de impuestos.
- **Subida (inflación) o bajada (deflación) de precios** de los productos o servicios y que repercute en el coste de la vida.
- **Tipo de interés**: subida o bajada de los tipos de interés de los bancos a la hora de prestar dinero.
- **Renta disponible** familias: nivel de ingresos de las familias.
- **Nivel de desempleo**: si hay mucho desempleo, caerá la demanda de bienes, con la consiguiente disminución de las ventas y viceversa.

Factores socioculturales

- **Cambios sociales**: mayor conciencia medioambiental o por la salud, cambios modelo familia, hábitos consumo, costumbres de ocio, modas...
- **Cambios en la demográfica**: descenso natalidad, aumento esperanza vida, inmigrantes o emigrantes...

Factores tecnológicos

Desarrollo tecnológico, innovación en productos o procesos industriales, mejoras en la distribución de mercancías, nuevos materiales, avances informáticos...

CÓMO LLEVAR A CABO EL P.E.S.T.

Para realizar el análisis P.E.S.T. debemos reflexionar sobre las siguientes preguntas:

Factores político-legales



- ¿Hay estabilidad política?
- ¿Normativa legal puede afectar a tu sector?
- ¿Ayudas a las empresas?

Factores económicos



- ¿Se encuentra el país en un momento de crecimiento económico o de crisis económica?
- ¿Subida o bajada de impuestos, precios o tipos de interés de los bancos?
- ¿Hay desempleo? Esto afectará al poder adquisitivo de las familias.

Factores socioculturales



- ¿Están cambiando los hábitos de consumo, costumbres de ocio, modas, estilos de vida...?
- ¿Hay cambios en la situación demográfica?

Factores tecnológicos



- ¿Hay cambios tecnológicos que influyen en mi empresa?

MACROENTORNO

ACTIVIDAD 1

Define las siguientes variables macroeconómicas:

- Déficit público
- Inflación y deflación
- Tipo de interés

ACTIVIDAD 2

Comenta **qué repercusión** pueden tener las siguientes variables macroeconómicas en la empresa:

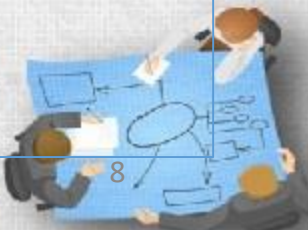
- Aumento del déficit público
- Inflación
- Deflación
- Aumento de los tipos de interés
- Aumento del nivel de desempleo

3. EL ENTORNO DE LA EMPRESA



Este punto del plan de empresa se estructurará en los siguientes apartados:

- 3.1 El macroentorno de la empresa
- 3.2 El microentorno de la empresa
- 3.3 El análisis DAFO
- 3.4 Localización de la empresa



3.1. EL MACROENTORNO



Empresa instalaciones eléctricas

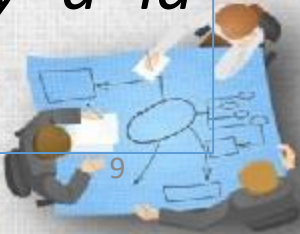
FACTOR ECONÓMICO

La situación económica actual de España está en un momento de recuperación económica. En el año 2008 hubo una crisis que afectó gravemente a la construcción y supuso el cierre de muchas empresas de este sector.

No obstante, desde el año 2015 el país se está lentamente recuperando de tal recesión y poco a poco van apareciendo más empresas relacionadas con el sector de la construcción.

FACTOR SOCIOCULTURAL

Además, se aprecia un mayor interés por parte de la población en el ahorro del consumo eléctrico debido al aumento del precio de la luz y a la preocupación por salvaguardar el medio ambiente.



3.1. EL MACROENTORNO



Empresa desarrollo software

FACTOR SOCIOCULTURAL

El diseño de software para la gestión de contenidos de Internet es una actividad en auge en España que está generando un gran volumen de negocios.

Esto se debe al creciente interés por parte de la empresa de contar con una sólida presencia en Internet ya que el consumidor del siglo XXI cada día utiliza más el ciberespacio para satisfacer sus necesidades.

FACTOR TECNOLÓGICO

Asimismo, en los últimos años se ha experimentado un gran desarrollo de las nuevas tecnologías sobre servicios telemáticos, lo que ha reforzado el crecimiento de este sector, y por ello cuenta con unas buenas perspectivas de futuro.



3. EL MICROENTORNO

Son los factores que afectan directamente a nuestra empresa

- **Competidores:** debemos identificar a las empresas que ya existen en el mercado y ofrecen el mismo bien o servicio que el nuestro.
 - A mayor número de competidores, más dificultad para abrirse hueco en el mercado.
- **Producto:** debemos identificar aquellos productos que sean similares o sustitutivos al nuestro.
 - **SIMILITUD:** Cuando la **diferenciación** de un producto es **escasa**, los compradores cambiarán con mayor facilidad de marca, lo que hará que aumente la rivalidad entre los competidores. Ej: **Coca-Cola vs Pepsi**.
 - **SUSTITUTIVOS:** Cuando existen otros **productos** que pueden **sustituir** al nuestro. Ej **coches eléctricos vs coches gasolina, tablets vs portátiles**.
- **Proveedores:** debemos identificar quienes nos proporcionarán los recursos necesarios para realizar la actividad empresarial.
 - Cuando **hayan pocos proveedores**, más poder de negociación tendrán y dependeremos más de ellos.
- **Clientes:** debemos identificar el volumen de la demanda del producto/servicio.
 - Cuando **hayan pocos clientes**, las empresas competirán por venderles a los pocos que hay.

CÓMO LLEVAR A CABO EL ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

Para realizar el análisis del microentorno debemos reflexionar sobre las siguientes preguntas:

- **Competidores:** ¿hay muchas o pocas empresas de este tipo de negocio?
- **Producto:** ¿hay otros productos/servicios similares o sustitutivos al nuestro?
- **Proveedores:** ¿hay muchos o pocos proveedores donde elegir?.
- **Clientes:** ¿hay muchos o pocos clientes con respecto a las empresas que compiten?

3.2. EL MICROENTORNO



COMPETIDORES/PRODUCTOS SIMILARES O SUSTITUTIVOS/CLIENTES

La competencia en la zona donde se ubicará la empresa es escasa ya que solo hay dos empresas de esta rama y no pueden atender toda la demanda de los clientes existentes.

Por un lado, una de ellas es de gran tamaño y se dedica a grandes obras de construcción, por lo que no supondrá una amenaza para la empresa, puesto que cada una se dirige a segmentos del mercado diferentes.

Por otro lado, la otra empresa sí supone una amenaza debido a que se ocupa de un sector de instalaciones de menor envergadura, similar a la idea de negocio. No obstante, no atiende las necesidades de los particulares de seguros de hogar ni de mantenimiento.



4. EL ANÁLISIS DAFO

Es una herramienta para analizar la viabilidad del proyecto de negocio

D → Debilidades
A → Amenazas
F → Fortalezas
O → Oportunidades

	Aspectos favorables	Aspectos desfavorables
Análisis interno	Fortalezas	Debilidades
Análisis externo	Oportunidades	Amenazas

- **Debilidad:** es un elemento interno de la empresa que supone una **desventaja** competitiva.
- **Amenaza:** es un elemento externo a la empresa **desfavorable** para la empresa.
- **Fortaleza:** es un elemento interno de la empresa que supone una **ventaja** competitiva.
- **Oportunidad:** es un elemento externo de la empresa **favorable** para la empresa.

PARTE 1

- 1) ¿Qué se estudia en el análisis externo? Pon ejemplos.
- 2) ¿Para qué sirven las “ferias sectoriales” a la hora de realizar un análisis DAFO?
- 3) Ejemplos de oportunidades para tu negocio.
- 4) Pon ejemplos de amenazas.

PARTE 2

- 6) Ejemplos de debilidades y comentarlas brevemente.
- 7) Ejemplos de fortalezas.
- 8) Una vez rellenada la matriz DAFO, ¿qué debemos hacer? Y ¿y cómo?



Clasifica las siguientes situaciones en debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades e indica el por qué brevemente.

1. Equipamiento obsoleto de la empresa.
2. Gran experiencia del empresario en el sector profesional.
3. Normativa estricta del sector.
4. Excesiva competencia de nuestro producto en el mercado
5. Nuestro producto o servicio no tiene características diferenciadoras con respecto al resto de productos similares.
6. Bajo nivel tecnológico.
7. Presencia en ferias del sector.
8. Regulación a favor.
9. Competencia débil.
10. Situación económica en recesión.
11. Dificultades para conseguir crédito.
12. Amplia base de clientes.
13. Precios altos de nuestro producto respecto a la competencia.
14. Fuerte poder adquisitivo de los clientes.
15. Mala comunicación empresarial.
16. Buena ubicación geográfica.
- Trabajadores motivados.

21. Mala reputación
22. Estar desactualizado
23. Página web de la empresa obsoleta
24. Calidad del producto o servicio.
25. Baja calidad de nuestro producto.
26. Características únicas del producto.
27. Rápida gestión de pedidos.
28. Falta de motivación de nuestros trabajadores.
29. Aplicación de nuevas tecnologías más eficaces.
30. Facilidad para conceder ayudas a las empresas.
31. Buena relación con los proveedores.
32. Nuestro producto satisface una necesidad insatisfecha en el mercado.
33. Poca planificación empresarial.
34. Buen ambiente laboral.
35. Bajo nivel de endeudamiento de la empresa.
36. Aumento del precio de nuestras materias primas.
37. Equipamiento obsoleto de la empresa.

	FAVORABLE	DESFAVORABLE
INTERNO	Fortaleza	Debilidad
EXTERNO	Oportunidad	Amenaza

3.3. EL ANÁLISIS DAFO

INTERNO	EXTERNO
<u>Debilidades</u> <ul style="list-style-type: none">- Ser nuevo en el mercado- Necesidad de financiación- No se dispone de página web	<u>Amenazas</u> <ul style="list-style-type: none">- El descenso de la construcción- Problemas de los bancos para conceder préstamos- Existe una empresa similar ya instalada en la localidad
<u>Fortalezas</u> <ul style="list-style-type: none">- Preparación técnica- Formación en gestión de empresa- Buena ubicación geográfica- Trabajadores motivados- Rápida instalación- Precios cerrados- El promotor tiene una gran habilidad de relaciones públicas, lo que le facilitará la captación de clientes.	<u>Oportunidades</u> <ul style="list-style-type: none">- Pocas empresas en el sector- Demanda de los particulares desatendida- Desarrollo de las nuevas tecnologías sobre instalaciones eléctricas

