



# ANÁLISIS PESTEL

## DESAFÍO 2 - EL ANÁLISIS DEL ENTORNO



El análisis del entorno general o análisis PESTEL es un análisis estratégico fundamental para cualquier idea de negocio o proyecto que inicia su camino, ya que nos permite tener identificados los factores del entorno que van afectar a nuestro proyecto ya sea de manera positiva, con lo cual lo denominaremos oportunidades, como negativas o amenazas.

Las oportunidades nos abrirán las posibilidades a nuevos mercados, clientes y también a generar mayor valor añadido a nuestro producto o servicio. Las amenazas es importante tenerlas controladas y si es posible con un plan de acción que nos evite perjuicios en caso de que se activen.



# Factores Económicos



- Ciclos económicos: momento en el que se encuentra la economía, ciclo alcista o bajista
- Tipos de Interés: hace referencia al precio del dinero, influye tanto en el ahorro como en los préstamos
- Oferta monetaria: cantidad de dinero circulando, en Europa depende del BCE
- Inflación: aumento sostenido y generalizado de los precios de economía en un momento determinado
- Desempleo: la tasa de desempleo hace referencia al porcentaje de la población activa que no se encuentra ocupada.
- Renta disponible: renta de la que disponen las economías domésticas para consumo o ahorro
- Coste y disponibilidad de la energía
- Infraestructuras: carreteras, aeropuertos



# Factores Sociales



- Tendencias de estilo de vida: aquí podríamos incluir los nuevos segmentos de mercado como la generación X, Y, Z.
- Demografía: tasa de natalidad, envejecimiento de la población, movimientos migratorios, etc.
- Opinión y actitud del consumidor: opinión sobre la evolución de la situación del país, actitud ante determinados productos (por ejemplo lo eco).
- Punto de vista de los medios: ¿qué imagen proyectan los medios? ¿qué tendencias de moda lanzan? ¿qué opinión transmiten sobre la situación del país?
- Cambios de leyes que afecten factores sociales: liberalización de horarios comerciales, legalización del matrimonio homosexual, etc.
- Imagen de la marca, la tecnología y la empresa: ¿cómo perciben los consumidores a la empresa que estamos analizando?
- Patrones de compra del consumidor: ¿cuándo se compra? ¿Fines de semana o entre semana?
- Moda y modelos a seguir: personas de referencia, conducta de imitación o aspiración a convertirse en parte del grupo de referencia, influencers.
- Acceso y tendencias de compra: compra on line, horarios ampliados.



- Factores étnicos y religiosos: nuevos ciudadanos que reclaman productos de sus países de origen o factores religiosos que delimitan el tipo de productos a comprar (ejemplo carne Halal)
- Publicidad y relaciones públicas de la empresa que estamos analizando



# Factores Legales

- Legislación sobre monopolios y competencia
- Política impositiva: influyen especialmente el IVA y el impuesto de Sociedades
- Regulación sobre comercio exterior, tanto para importaciones como exportaciones.
- Normativa Laboral: jornadas, salario mínimo, despido, modalidades de contratación.



# Factores Políticos

- Promoción de la actividad empresarial que realice el gobierno en forma de ayudas, subvenciones.
- Estabilidad política del país.
- Sistema de gobierno del país donde se sitúa la empresa
- Sistema Sindical



# Factores Tecnológicos.

- Gastos en investigación que realiza el país.
- Esfuerzo tecnológico de la sociedad en general, incluye tanto la inversión o esfuerzo público como privados.
- Velocidad de transferencia tecnológica: tiempo que pasa entre que la investigación básica pasa a comercializarse.
- Tasas de obsolescencia de la maquinaria y resto de inversiones.
- Nivel de desarrollo tecnológico de un país.

# Factores Medioambientales



- Normativa medioambiental
- Productos BIO, ECO
- Objetivos desarrollo sostenible
- Reciclado
- Transporte sostenible
- Producción de proximidad.

