

## **PREGUNTAS INTERESANTES PARA ANALIZAR EL POTENCIAL ENTORNO DEL NEGOCIO**

### **COMPETENCIA**

1. ¿Se conocen los principales competidores del entorno, la cuota de mercado y la ventaja competitiva que detentan respecto a nuestro negocio?
2. ¿Se conocen sus puntos fuertes y débiles?
3. ¿Se tiene información sobre la estrategia de los competidores y su posible repercusión en el negocio?
4. ¿Hay grupos estratégicos? ¿Cómo afectan los perfiles de actuación de estos grupos a la rivalidad competitiva?
5. ¿Están los competidores integrados dentro de una empresa más grande?
6. ¿Cuál es el grado de protección sobre los productos y las marcas por parte de los competidores?
7. ¿Son frecuentes las guerras de precios entre competidores?
8. ¿Cuáles son las barreras que impiden la entrada de nuevos competidores?
9. ¿Existen barreras de salida en el sector?
10. ¿Cuáles son los productos sustitutivos y qué nivel de amenaza representan?
11. ¿Se han diseñado planes de contingencia ante variaciones importantes en las decisiones de los principales competidores? ¿Con qué velocidad se puede responder a las acciones de la competencia?

### **PROVEEDORES**

1. ¿Cuál es el grado de disponibilidad actual de los principales suministros utilizados en la producción?
2. ¿Cuántos proveedores importantes hay en el mercado? ¿Cuál es su tamaño medio? ¿Es posible una integración vertical?
3. ¿Cuál es el grado de concentración de los proveedores y qué poder de negociación tienen?
4. ¿Cómo evoluciona su poder de negociación de los proveedores?
5. ¿Cuáles son las tendencias en los sistemas de venta de los proveedores?
6. ¿Existe satisfacción en el mercado con el conjunto de proveedores?
7. ¿Cómo entran en contacto normalmente la empresa y el proveedor?
8. ¿Cuál es la frecuencia y el volumen de los pedidos?
9. ¿Existe algún problema de abastecimiento?

10. ¿Cómo son las condiciones de crédito y financiación usadas en el mercado?
11. ¿Interviene algún tipo de intermediario en la compra? ¿Si es el caso, de qué tipo?

### **CLIENTES**

1. ¿Cuál es el perfil sociodemográfico de los clientes por segmentos?
2. ¿Cuáles son las expectativas y necesidades de los clientes en este mercado?
3. ¿Se conoce el momento u ocasión de consumo más característico para el que es empleado el producto?
4. ¿Cuál es el grado de concentración de los clientes y distribuidores y qué poder de negociación ostentan?
5. En las compras industriales, ¿cuál es la composición del centro de compras? ¿Quién desempeña el rol de iniciador, decisor, comprador, prescriptor y usuarios en una compra organizacional?
6. En las compras de consumo, ¿quiénes son el comprador, el usuario, el decisor y el prescriptor?
7. ¿Cuál es el proceso seguido en la decisión de compra? ¿Se conocen los principales determinantes de la compra? ¿y su influencia relativa?
8. ¿A qué factores de marketing son más sensibles los clientes: precio, publicidad, servicios o imagen de marca?
9. ¿Se conocen cuáles son las fuentes de información que consultan los clientes para informarse sobre el producto?
10. ¿Existen entre los clientes grupos de referencia o líderes de opinión?
11. ¿Se considera necesario realizar actividades de formación sobre el producto destinadas a los clientes actuales y potenciales del negocio?
12. ¿Se analizan los motivos de satisfacción o insatisfacción de los clientes?
13. ¿Se conoce el nivel de lealtad a las marcas disponibles en el mercado?

### **TENDENCIAS DEL SECTOR**

1. ¿Cuál es la perspectiva económica para el sector?
2. ¿Cuál es la tasa de cambio tecnológico en el sector?
3. ¿Cuál es la evolución reciente del mercado en número de compradores, volumen de ventas en unidades físicas y monetarias y ámbito geográfico?
4. ¿En qué fase del ciclo de vida se encuentra el mercado? ¿En el futuro se espera el crecimiento, el estancamiento o el declive?
5. ¿Cuál es el grado de concentración o atomización del mercado?

6. ¿Existe posibilidad de ampliar el mercado actual? ¿Cómo?
7. ¿Existe una estructura estacional en las ventas?
8. ¿Qué beneficios medios están obteniendo las empresas en este sector?
9. ¿Cuáles han sido las herramientas de comunicación más utilizadas durante el último período de tiempo? ¿Cuál es el nivel de intensidad publicitaria?
10. ¿Cuál es el instrumento básico de marketing con el que se compete actualmente? ¿Será otro en el futuro?

### **ENTORNO ECONÓMICO**

1. ¿Creció la economía de los mercados de destino durante el último periodo?
2. ¿Cómo ha evolucionado el nivel de precios? ¿Cuál ha sido su incidencia sobre las ventas? ¿Y sobre las compras por parte de la población?
3. ¿Cómo se ha comportado el tipo de interés durante este período?
4. En cuanto a la economía internacional: ¿cuál es el crecimiento económico en los mercados donde el negocio planea operar? ¿Cuál es su tasa de crecimiento?
5. ¿Y en los mercados internacionales potenciales, se obtuvo un crecimiento positivo? ¿Con qué tasa de crecimiento? ¿Siguen siendo interesantes?

### **ENTORNO POLÍTICO Y LEGAL**

1. ¿Se aprobó alguna ley o norma que incida positiva o negativamente sobre el ámbito de actuación del negocio a nivel nacional? ¿Y en el marco internacional?
2. ¿Qué norma financiera o fiscal es susceptible de tener un impacto sobre la demanda de los productos del negocio?
3. ¿Qué nueva reglamentación puede afectar a los procesos de fabricación del negocio?
4. ¿Y a los procesos de comercialización?
5. ¿Está el negocio expuesto a las críticas o a las quejas de las asociaciones de consumidores? Si es el caso, ¿de qué tipo?

### **ENTORNO DEMOGRÁFICO**

1. ¿El incremento de población debido a la inmigración tuvo algún tipo de influencia en las ventas producidas en el sector durante el periodo?
2. ¿Cuáles son las tendencias demográficas que pueden afectar a la demanda de los productos? ¿Cómo afecta el actual ritmo de natalidad? ¿y el envejecimiento de la población?
3. ¿Cuál es el impacto de estas tendencias en el volumen de ventas del sector?

### **ENTORNO SOCIAL / SOCIOCULTURAL**

1. ¿Cuáles son los cambios socioculturales más significativos con incidencia en la demanda de los productos del sector?
2. ¿Qué cambios en los clientes están modificando la demanda global del mercado? ¿Cuál es la influencia previsible de tales cambios?
3. ¿Se ha producido durante el último período un cambio en la forma de uso de los productos del sector? ¿Qué nuevas pautas sociales de uso y consumo están surgiendo?
4. ¿Se ha producido durante este período un cambio en la actitud del cliente frente al uso/beneficio del producto que perjudique al negocio y/o su estrategia de futuro?

### **ENTORNO ECOLÓGICO / MEDIOAMBIENTAL**

1. ¿Qué cambios recientes en las normativas medio ambientales pueden ser beneficiosos o perjudiciales para el negocio?
2. ¿Cuál es la previsión de cambio en los costes y en la disponibilidad de recursos naturales y energéticos en el sector?
3. ¿Cuáles son los procedimientos que usa el negocio y que constituyen una amenaza para el entorno?
4. ¿Qué procesos, materias primas y envases que el negocio pretende utilizar constituyen una amenaza para la salud?
5. ¿El sector en el que opera el negocio es el objetivo de movimientos ecologistas?
6. ¿Existe conciencia ecológica en el seno del negocio?

### **ENTORNO TECNOLÓGICO**

1. ¿Qué cambios tecnológicos se han producido durante el último período y cuál ha sido su aportación positiva al proceso productivo, comercial y de distribución?
2. ¿Qué desarrollo tecnológico futuro puede tener más incidencia en los costes de producción del negocio?
3. ¿Qué cambio tecnológico puede afectar a la demanda de los productos del negocio?
4. ¿Tiene la tecnología en este sector la suficiente importancia?
5. ¿Cuáles son los avances tecnológicos capaces de amenazar el campo de actividad del negocio?
6. ¿En qué ámbitos un avance tecnológico puede afectar al mercado del negocio?
7. ¿En qué plazo podría producirse ese posible avance tecnológico?