

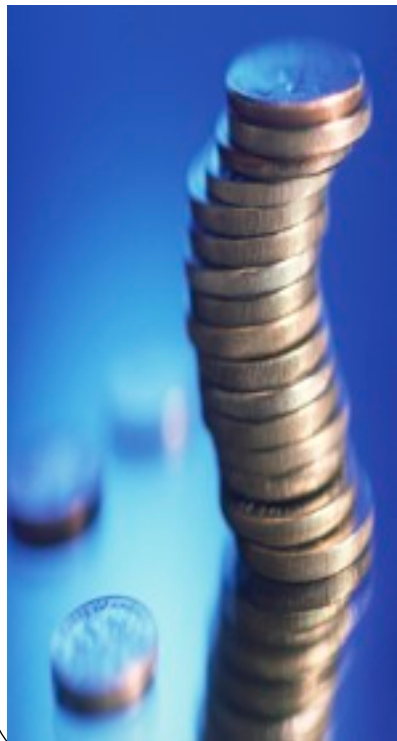
Planificación comercial

Análisis FODA

Marketing y Publicidad



Planificación comercial



- I. Análisis de la situación (diagnóstico.
↓ **Técnica Foda**)
- I. Formulación de objetivos de Marketing
- II. Planificación de la estrategia comercial.
Matriz Foda



Planeación estratégica creada en los



FORTALEZAS
OPORTUNIDADES
DEBILIDADES
AMENAZAS

¿ Para que sirve el análisis FODA?

Sirve para generar estrategias que permitan a la organización, “ conectar” sus acciones con las posibilidades (**Oportunidades**) que pueden aprovechar en su entorno externo, así como preparar para enfrentar los peligros (**Amenazas**), apoyándose en sus **Fortalezas** y reduciendo el impacto negativo de sus **debilidades**.

Análisis estratégico del entorno

Entorno: Todo lo que esta fuera de la Empresa (ambiente externo):
Todo aquello que la E no puede controlar.

Proveedores–consumidores–banco–
competencia–leyes –moda– etc

De este **entorno** podemos observar tanto **Oportunidades** como **Amenazas** para nuestra organización.

Análisis estratégico interno

Todo lo concerniente a la Empresa. Todo aquello que la **E** puede controlar.

Recursos financieros y humanos –equipamiento– administración – organización–logística– marketing.

De este análisis se pueden identificar las **fortalezas** que puede apoyarse la empresa y también proponer estrategias para neutralizar sus **debilidades.**

Análisis interno y externo de la Empresa



Horizonte temporal:

Fortalezas y debilidades (análisis interno) debe orientarse al presente. Lo que existe hoy.

Oportunidades y Amenazas: (análisis externo) orientado al futuro.

El propósito esencial de la estrategia es adaptar y preparar a la empresa para enfrentar las condiciones previsibles en su

Errores frecuentes



- I. Identificar **oportunidades** como **fortalezas** y **amenazas** con **debilidades**.
- II. En el **análisis externo** solo valorar factores económicos, sin valorar tendencias y cambios sociales y legislativos
- III. Sobrevaloración de sus **fortalezas** que pueden convertirse en **debilidades**.

Error más grave



Limitar el análisis **FODA** solo a un listado de identificación de **Fortalezas-Oportunidades-Debilidades y Amenazas.**

DEBEMOS PASAR DEL ANALISIS FODA A LA FORMULACION DE LA

MATRIZ FODA

- ✘ Su propósito es de plantear estrategias , tácticas y acciones para el logro eficaz y eficiente de los objetivos de la empresa.
- ✘ Se desarrollan en base a 4 estrategias.



GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS

- ✘ Estrategias Ofensivas
- ✘ Estrategias Defensivas
- ✘ Estrategias Adaptativas
- ✘ Estrategias de Supervivencia



ANALISIS DEL ENTORNO

	× OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ANALISIS INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> × 1----- × 2----- × 3----- 	<ul style="list-style-type: none"> × 1----- × 2----- × 3-----
<ul style="list-style-type: none"> × FORTALEZAS × 1----- × 2----- × 3----- 	<ul style="list-style-type: none"> × ESTRATEGIAS OFENSIVAS × (MAXI-MAXI) 	<ul style="list-style-type: none"> × ESTRATEGIAS DEFENSIVAS × (MAXI-MINI)
<ul style="list-style-type: none"> × DEBILIDADES × 1----- × 2----- × 3----- 	<ul style="list-style-type: none"> × ESTRATEGIAS ADAPTATIVAS × (MINI-MAXI) 	<ul style="list-style-type: none"> × ESTRATEGIAS SUPERVIVENCIA × (MINI-MINI)

ESTRATEGIA OFENSIVAS: F_O

(Maxi-maxi)

Fortalezas y
Oportunidades



- ✘ Lograr el máximo aprovechamiento de las oportunidades, apoyándose en sus **fortalezas**.
- ✘ Ej: *Incorporar nuevos productos (aprovechando la buena red de comercialización que tenemos) (**fortaleza**) + aumento del consumo en ese sector (**oportunidad**)
- ✘ *nuevos tipos de envase. Aprovechar la capacidad de innovación + (aprovechar la **oportunidad**) nuevos segmentos o mercados).

PREGUNTA: ¿ QUE PODEMOS HACER PARA MAXIMIZAR NUESTRAS FORTALEZAS APROVECHANDO AL MÁXIMO LAS OPORTUNIDADES DEL ENTORNO?

ESTRATEGIA
DEFENSIVAS: F_A

(Maxi-Mini)

Fortalezas y
Amenazas



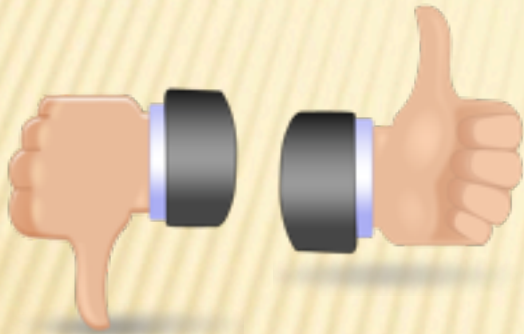
- × Enfrentar los posibles impactos negativos que puedan crearle a la E las amenazas del entorno, mediante el aprovechamiento de sus fortalezas.
- × Ej: *preparar una base de datos de clientes (**amenazas**: nuevos competidores) + aprovechando los recursos humanos de la E (**fortaleza**)
- × Reforzar la seguridad de la empresa (**amenaza**: inseguridad en la zona) **fortaleza**: capacidad de contratar personal nuevo.

PREGUNTA: ¿ QUE PODEMOS HACER PARA MINIMIZAR EL IMPACTO NEGATIVO DE LAS AMENAZAS MEDIANTE EL MAXIMO APROVECHAMIENTO DE NUESTRAS FORTALEZAS?

ESTRATEGIA ADAPTATIVAS: D_O

(Mini-Maxi)

Debilidad y
Oportunidad



- ✘ Reducir las limitaciones que pueden imponerle a la E determinadas **debilidades**, aprovechando al máximo las **oportunidades** que ofrece el entorno.
- ✘ Ej: *Gestionar la certificación de calidad . Enfrentando la mala imagen calidad de productos (**debilidad**) + aprovechando la flexibilidad legislativa (**oportunidad**)
- ✘ Aplicar un plan de marketing. Falta de comunicación con sus clientes (**debilidad**) aprovechando la **oportunidad** de nuevos segmentos de consumidores.

PREGUNTA: ¿ QUE PODEMOS HACER PARA MINIMIZAR EL IMPACTO NEGATIVO QUE PUEDEN TENER NUESTRAS DEBILIDADES MEDIANTE EL MÁXIMO APROVECHAMIENTO DE LAS OPORTUNIDADES DEL ENTORNO?

ESTRATEGIA SUPERVIVENCIA: D_A

(Mini-Mini)

Debilidades y
Amenazas



- ✘ Reducir el efecto que pueden tener las **debilidades**, que a su vez pueden agudizar el impacto negativo de las **amenazas** del entorno.
 - ✘ Ej: *Fusión con proveedores o clientes (**debilidad**: pocos canales de distribución + **amenaza**: competencia fuerte)
 - ✘ Venta del negocio/cambio de rubro
- debilidad**: Baja capacidad de producción + **amenaza**: crisis económica del sector.

PREGUNTA: ¿ QUE DEBEMOS HACER PARA REDUCIR LOS EFECTOS NEGATIVOS QUE PUEDEN TENER NUESTRAS DEBILIDADES, ANTE LAS AMENAZAS DEL ENTORNO?

Planificación Comercial

- Análisis de la situación:

Factores externos

Mercado

Competencia

Consumidores

Proveedores

Hábitos de consumo

Cambios sociales/económicos

Factores Internos

Identidad empresarial

Organización

**Recursos financieros/
humanos**

Evaluar las 4P

Marketing y Publicidad

Facultad de Periodismo y Comunicación Social



UNLP

Disponible en: