

Marketing estratégico: (1) Análisis de la situación

H116: Guía-control para el análisis del entorno

Las empresas, grandes y pequeñas, son entidades socio-económicas que interactúan continuamente con todo aquello que le rodea. Todos esos elementos que “existen” alrededor de la empresa condicionan en gran medida sus posibilidades de éxito, desarrollo y crecimiento y, en muchas ocasiones, incluso, provocan la desaparición de la empresa.

De ahí que una responsabilidad importante de los empresarios, directivos y ejecutivos es la de mantenerse alertas a cuanto acontece en su entorno, en especial, en la búsqueda de identificar aquellas tendencias o cambios que podrían afectar positiva o negativamente la empresa.

Como se ha dicho tantas veces, el entorno puede contener grandes **amenazas** al futuro de las empresas, pero, al mismo tiempo, puede aportarles importantes **oportunidades**. Todo depende de cómo el empresario, directivo o ejecutivo sepa explotar o contrarrestar los acontecimientos del entorno, la mayoría de los cuales escapan al control directo de los niveles de mando de la empresa. Claro está, para utilizar los factores del entorno a favor de la empresa, lo primero es conocerlos y analizarlos. Este **Instrumento** le ofrece una **Guía-control** para realizar ese análisis.

GUÍA CONTROL PARA EL ANÁLISIS DEL ENTORNO

Áreas	Reunir y evaluar información sobre:
Mercados	<ul style="list-style-type: none">- Situación de la oferta en los mercados actuales y potenciales.- Situación de la demanda en los mercados actuales y potenciales.- Tendencias globales.- Tamaño total del mercado o mercados.- Importaciones y exportaciones.- Índices de consumo.- Consumidores potenciales.- Problemas existentes.- Composición sociodemográfica del mercado.- Segmentación del mercado.- Y similares.

GUÍA CONTROL PARA EL ANÁLISIS DEL ENTORNO

Continuación

<p>Cambios en el sector</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Compras. - Fusiones. - Inversiones individuales. - Inversiones conjuntas. - Nuevos competidores. - Amenazas de competidores potenciales. - Competidores que desaparecen. - Etcétera.
<p>Competidores</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Competidores: número, importancia. - Participaciones de mercado. - Políticas que mantienen. - Acuerdos entre competidores. - Niveles de precios (formales y reales). - Contratos con compradores. - Etcétera.
<p>Tecnología</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollos tecnológicos. - Nuevos procesos. - Nuevos productos. - Amenaza de cambios tecnológicos potenciales. - Tendencias en las áreas de I&D. - Etcétera.
<p>Productos, servicios</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Portafolio o cartera de productos de la empresa. - Portafolio o cartera de productos de los competidores. - Problemas existentes. - Adecuación entre la oferta y las expectativas del mercado. - Amenaza de nuevos productos o sustitutos.
<p>Costes</p>	<p>Tendencias en los costes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - producción, - operaciones, - administrativos, - financieros, - de marketing, - de comercialización, <p>tanto de la empresa como de los competidores actuales y potenciales y de los suplidores actuales o sustitutos.</p>

GUÍA CONTROL PARA EL ANÁLISIS DEL ENTORNO
Continuación

Protección	<ul style="list-style-type: none"> - Licencias. - Patentes. - Derechos. - Nivel de protección de los procesos, marcas, diseños, etcétera, propios y de la competencia.
Gobierno	<ul style="list-style-type: none"> - Leyes, reglamentos. - Regulaciones nacionales o internacionales. - Nuevas normas en proceso de aprobación o que se prevea que se someterán a aprobación a corto plazo
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de producción. - Fiabilidad. - Cambios previstos en el sector. - Tendencias de precios. - Disponibilidad de materias primas: actual y futura. - Tendencias del sector. - Políticas de venta actuales y previstas. - Etcétera.
Recursos	<p>Disponibilidad prevista de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - personal, - terrenos, - capacidad de producción, - recursos financieros, - etcétera.
Condiciones generales	<p>Eventos globales que estén afectando o que se prevea que podrían afectar a la empresa y que se estén produciendo en las áreas de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la política, - la economía, - la demografía, - la sociedad, - las creencias y valores sociales, - los estilos de vida, - etcétera.