



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

**Instituto de Ciencias Económico
Administrativas**





- Área Académica: Mercadotecnia
- Tema: Análisis Situacional
(Entorno Externo)
- Profesor(a):
M.A. Joel Ramírez Ortega
M.A. Heidy Ceron Islas
M.A. Miguel Leonel Cortes Miranda
- Periodo: Julio Diciembre 2017



Análisis Situacional Entorno Externo

Presiones
competitivas

Crecimiento y
estabilidad
económicos

Aspectos
políticos, legales
y reglamentarios

Cambios
tecnológicos

Tendencias
socioculturales



Presiones competitivas

- Identificar características de los principales competidores de la compañía.
 - Tamaño
 - Crecimiento
 - Rentabilidad
 - Mercado meta
 - Productos
 - Fortalezas y debilidades clave
 - Capacidades de marketing fundamentales



Presiones
competitivas

Principales modalidades de competencia

Competidores
de marca

Competidores
de producto

Competidores
genéricos

Competidores
de
presupuesto
total



Presiones competitivas

Ejemplo

Vehículo utilitario deportivo
(Necesidad=Transporte)

Competidores
de marca

Competidores
de producto

Competidores
genéricos

Competidores
de presupuesto
total

Ford Expedition

Ford Explorer

GMC Yukon

Minivans

Autos de
pasajeros

Camiones

Autos rentados

Motocicletas

Bicicletas

Vacaciones

Reducción de
deudas

Remodelación





- Identificar las condiciones económicas generales del país, la región, el estado y la zona local en la que opera la empresa.
 - Inflación
 - Confianza de los consumidores
 - Pautas de compra
 - Condiciones económicas de negocio a negocio



Aspectos políticos,
legales y
reglamentarios

- Identificar cualquier actividad económica que influya en la empresa o en el sector.
 - Funcionarios electos
 - Grupos industriales
 - Grupos de consumidores
 - Decisiones judiciales recientes
 - Fallos de organismos federales, estatales, locales y autorregulatorios
 - Cambios de acuerdos comerciales mundiales



Cambios tecnológicos

Identificar las influencias que los cambios tecnológicos hayan tenido en:

– Clientes

- Búsqueda de información
- Pedidos
- Compras comparativas

– Operación de la empresa

- Fabricación
- Distribución
- Promoción
- Relaciones con cliente
- Asociaciones y alianzas

Identificar las futuras tecnologías que puedan incrementar el riesgo de obsolescencia de los productos.



Tendencias socioculturales

- Cambios demográficos y en los valores de la sociedad que influyan en la empresa.
 - Productos
 - Fijación de precios
 - Distribución
 - Promoción
 - Gente



Referencias Bibliográficas

- **Estrategia de Marketing. O.C. Ferrell. Thomson, 2012.**

