



# 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.**

