

Planificación comercial

análisis racional de las oportunidades y amenazas que presenta el entorno para la empresa, de los puntos fuertes y débiles de la empresa frente a este entorno, y la selección de un compromiso estratégico entre estos dos elementos que mejor satisfaga las aspiraciones de los directivos con relación a la empresa.

se enfoca mediante un proceso que parte del **análisis de la situación** que engloba el nivel externo, que incluye un análisis de mercado, de la competencia, del sector y del entorno, y un análisis interno por otra parte, que incluye el análisis de las áreas de marketing, producción, finanzas, organización y otros como personal e investigación y desarrollo.

El sistema de planificación

Se trata de un documento que detalla una serie de elementos cruciales para el desarrollo de la actividad empresarial con el fin de que se consigan los objetivos que en él se establecen

- Debe ser sencillo y fácil de entender
- Debe ser práctico y realista en cuanto a las metas y formas de lograrlas
- Debe ser flexible, con gran facilidad de adaptación a los cambios
- Las estrategias deben ser coherentes
- El presupuesto económico debe ser real

Fases de planificación

- Plan estratégico
- Plan a largo plazo
- Plan de marketing anual