



Universidad del sureste  
"Pasión por educar"

**Materia:**

Acción promocional

**Tema:**

Ensayo

**Alumno:**

María Teresa Castillo Tovilla

**Tarea #:**

4

Tapachula Chiapas, jueves 28 de julio del 2022

# "La Planificación Comercial"

## Introducción

El objetivo de este ensayo es Definir y conocer cuales son las partes de la planificación comercial.

La planificación comercial se basa en procesos estratégicos para empresas futuras. Los puntos de planificación comercial son Visión, misión, fundamentos de la planificación comercial, Analisis foda, Analisis externo e interno.

## Visión

La visión se refiere a donde quiere llegar la empresa, como se ven en un futuro así dándole un rumbo a esta. Dando estrategias y Objetivos con el fin de motivar a los miembros.

Debe ser:

- Motivadora (Alentar a los empleados).
- Clara (Que sea entendible)
- Realista. (Considerar el entorno actual y cambiante en el que se vive).

## Misión

Se enfoca en lo que la empresa quiere hacer por sus clientes. Siendo la razón, propósito o motivo de la empresa.

Debe ser:

- Amplia
- Congruente
- Motivadora

Contestando las preguntas: "¿Qué?", "¿Quién?", "¿Cómo?"

## Fundamentos de la planificación comercial.

Son los pasos básicos para planificar la comercialización utilizando el análisis racional de las oportunidades y amenazas que presenta la empresa. Analizando los siguientes puntos:

- Análisis de mercado
- Análisis de la competencia
- Análisis del sector
- Análisis del marketing
- Análisis de producción.

## Análisis de Situación (FODA)

- F: Fortalezas
- O: Oportunidades
- D: Debilidades
- A: Amenazas

Son acciones que el emprendedor utiliza para conocer más su futuro proyecto, ayudando a la toma de decisiones.

## Análisis Externo.

Son los dos puntos externos a la empresa mencionados en el Análisis FODA, que son "Amenazas y Oportunidades". Vienen del producto - mercado donde se desarrollan.

puede daros por:

- Aspectos globales.
- Precios
- Publicidad y promoción
- Comportamiento
- Clientes.

- Características
- Política - legal
- tecnológicas

### ■ Analisis internos.

Se habla de las debilidades y fortalezas; tratándose de los aspectos del marketing, producción, finanzas y organización para poder adaptar las herramientas estratégicas y poder tener resultados óptimos.

### Conclusión

Se Aprendieron los puntos estratégicos de una futura empresa.

Como tener en claro su visión a donde quiere llegar la empresa, su misión a quienes quiere ayudar, determinar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y Amenazas.