

MATERIA: MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA
SEMANA 1**TEMAS DE LA SEMANA 1:**

- a) Planeación estratégica**
- b) Estrategias y tácticas**
- c) Alcance de la planeación**

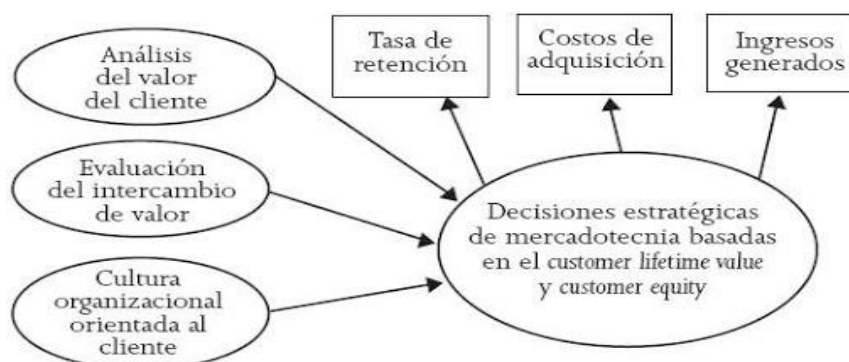
- **¿De qué modo la planeación estratégica ayuda a las empresas a ser competitivas dentro de su mercado objetivo?**

Antes que describir las estrategias que ayudan a las empresas a ser competitivas, es importante destacar que la Planeación Estratégica es una herramienta de gestión que permite establecer el quehacer y el camino que deben recorrer las organizaciones para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone su entorno. En este sentido, es una herramienta fundamental para la toma de decisiones al interior de cualquier organización.

Así, la Planeación Estratégica es un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos y, especialmente, de los planes de acción que conducirán a alcanzar estos objetivos.

Las estrategias de mercadotecnia consisten en acciones que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el marketing, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado, para lo cual se enumeran las siguientes acciones:

- Generando valor para que obtenga mejores beneficios.



- Creando un plan estratégico a seguir por una empresa.

- Elementos del plan estratégico:
 - 1) Elementos filosóficos (razón de ser, lo que define):**
 - a) Misión
 - b) Visión
 - c) Valores
 - 2) Elementos de análisis situacional (dónde estoy):**
 - a) Análisis Interno
 - b) Análisis externo
 - 3) Elementos operativos (qué y cómo se ejecuta):**
 - a) Objetivos
 - b) Estrategia
 - c) Planes de acción
- Aplicando un protocolo de acción.

El protocolo es el conjunto de reglas consensuadas por norma o por tradición que establecen la forma de actuar en distintas situaciones humanas. Es una forma de comunicación y sistematización del orden de funcionamiento de las relaciones y los actos. Su uso correcto da a conocer sin palabras la posición, el prestigio o el respeto de una persona, empresa o institución.

Existen diferentes tipos de protocolo: empresarial, religioso, cultural, militar, diplomático... El protocolo empresarial, que es el que nos ocupa a nosotros, se ha convertido en un elemento básico en toda organización, ya que cuidar la imagen y los valores que se quieren transmitir es esencial para maximizar el potencial comercial de la empresa y para diferenciarse de la competencia.

- Le permite crear competitividad en el mercado.
- Poder desarrollar productos rentables.

- **¿Qué son y cómo se aplican las estrategias y las tácticas al éxito de un negocio?**

Las estrategias son aquellas en las que cada unidad de negocios espera lograr sus objetivos de mercadotecnia mediante:

- La selección del mercado meta al que desea llegar.
- La definición del posicionamiento que intentará conseguir en la mente de los clientes meta.
- La elección de la combinación o mezcla de mercadotecnia con el que pretenderá satisfacer las necesidades o deseos del mercado meta.

- La determinación de los niveles de gastos en mercadotecnia.

El ejemplo es el de la empresa YAKULT, donde su Estrategia es el fortalecimiento un producto como el tradicional yakult para beber o diversificar sus productos para que los consumidores tengan más opciones a la hora de elegir.

Antecedentes. –

Para ayudar a mejorar la salud de las personas, en 1935, el Doctor Minoru Shirota comenzó la fabricación y venta de Yakult.

En México se ofrecen productos Yakult, mediante una campaña de una cultura de prevención y el concepto de que un tracto intestinal saludable lleva a una buena salud y larga vida.



La táctica es un método empleado para alcanzar un objetivo.

Dentro del marketing un plan táctico puede ser la investigación de mercados, los resultados que la investigación arroje me permitirán saber cuál es la necesidad del cliente, sus deseos o necesidades, o que mercados tienen potencial de venta.

Toda esta información ayudara a crear el diseño del producto.

La Táctica de Yakult consiste en crear un estudio que les permita saber que hacer para que los productos ya existentes se puedan mantener en el mercado o que es lo que los clientes esperan de un nuevo producto.

- **¿Cómo se diferencian las estrategias y las tácticas en la planeación estratégica?**

La diferencia entre táctica y estrategia es que la táctica son las acciones que se van a implementar para lograr un objetivo, mientras que la estrategia es la definición y organización de dichas acciones.

Las tácticas y estrategias son acciones que pueden ser confundidas en muchas ocasiones ¿Es lo mismo una táctica que una estrategia? ¿O tienen alguna dependencia una de la otra? La verdad, ambas tienen diferencias marcadas entre sí que permiten identificar y distinguir a una de la otra.

Para poder determinar las diferencias entre una táctica y una estrategia, es importante conocer el significado puntual de cada una de estas.

¿Qué es una estrategia?

Las estrategias son definidas como un conjunto de acciones encaminadas al desarrollo de planes establecidos previamente, con el fin de alcanzar los diferentes objetivos propuestos. Estas acciones son consideradas planes a largo plazo, donde se estudia e interpreta a la competencia, así como los planes a llevar a cabo.

Mediante el empleo de una estrategia es posible guiar los acontecimientos y cambios, en el camino que sea más beneficioso para el futuro de la empresa. Según el objetivo a tratar, las estrategias pueden ser clasificadas como financieras, de producción, de marketing, de responsabilidad social o corporativa, de recursos humanos y de responsabilidad ambiental.

Cuando una empresa se propone un objetivo de aumentar las ventas, es fundamental seguir una estrategia. Donde serán requeridos una serie de acciones que permitan el cumplimiento de este objetivo propuesto.

- **¿Cómo opera el alcance de la planeación estratégica en las finanzas empresariales?**

Es importante destacar que una cantidad importante de fracasos podrían evitarse mediante la planeación, ya que cuando hay planeación, casi no se dan las pérdidas, sin embargo, son innumerables los casos de resultados negativos en empresas que no planearon.

El establecimiento de un plan financiero determina la manera en que se lograrán las metas y representa la base de la actividad económica de cualquier organización, por lo que es indispensable que se considere como empresario o director de finanzas.

El buen manejo de la planeación incluye el conocimiento de métodos e instrumentos de análisis que permiten establecer metas financieras, los medios que se tienen y los que faltan para lograrlo.

Son cinco objetivos estratégicos de la planeación financiera:

- Mejorar la rentabilidad.
- Establecer la cantidad adecuada de efectivo necesario.
- Determinar las fuentes de financiamiento.
- Fijar el nivel de ventas.
- Ajustar los gastos que correspondan al nivel de operación.

Al elaborar planes financieros influyen extremadamente en las operaciones del negocio al facilitar las rutas que guían, coordinan y controlan las acciones de cada departamento.

Como toda estrategia, la planeación de los aspectos financieros requiere seguir un método, con los siguientes pasos generales:

- Establecer las metas de la organización, en general o por áreas, y definir en qué orden se deben alcanzar.
- Definir fechas para el logro de los objetivos propuestos.
- Elaborar un presupuesto donde se identifiquen los instrumentos financieros que se utilizarán, a qué plazo y con qué propósito para obtener los resultados que se buscan.
- Gestionar el presupuesto y medir los resultados para seguir el plan de ruta trazado y hacer ajustes cuando sea necesario.