

Planeación del Merchandising en puntos de venta

Síntesis: análisis estratégico del mercado



El análisis estratégico del mercado permite comprender cómo influyen factores internos y externos en el comportamiento de los consumidores y las decisiones empresariales. Herramientas como pestel, dofa y Benchmarking ayudan a identificar oportunidades y riesgos, observando tanto el entorno como las mejores prácticas del sector. El mercado varía según el tipo de comprador (consumidor, empresa o gobierno) y su ubicación (local, nacional o internacional), y está influido por elementos internos como el producto, el precio y la atención al cliente, y externos como la competencia, la economía y los cambios en la sociedad.

