

## ANÀLISI DE LA SITUACIÓ: EXEMPLE PLANTEJAMENT “DAFO”.

Una **empresa de nova creació del sector de l'automòbil, Elecnova, S.A.** s'ha plantejat la possibilitat de comercialitzar un vehicle elèctric d'altres prestacions que permeti diferenciar-se dels vehicles més senzills i de baixa gamma amb els que s'està inicialment desenvolupant aquest sector de mercat.

L'estudi realitzat per la direcció de màrqueting ha detectat que durant el 2010 el segment de vehicles d'alta gamma va mantenir la quota de mercat i el ritme de les vendes no va decreïxer sinó augmentar, especialment rellevant en els vehicles de baix consum.

Per altre costat, el mateix estudi indica que existeix una corrent favorable en promoure i fomentar aquest tipus d'energia davant la constant pujada dels costos energètics als mercats internacionals. Per això els governs impulsen i subvencionen tots els projectes de R+D realitzats en aquest camp, que pot permetre una millora constant de les tecnologies a utilitzar. Altrament, també identifica un impuls de les polítiques de potenciació de l'ús del transport públic davant els greus problemes de trànsit (embotellaments i cues creixents a les grans i mitjanes ciutats). Per altre costat, el segment de major creixement en el mercat automobilístic que ha detectat el mateix estudi ha estat el dels vehicles diesel, doncs incorporen una constant millora de la tecnologia que ha permès reduir considerablement els consums de carburant i una millora de la qualitat de les prestacions dels vehicles.

Com a resultat, la direcció de màrqueting ha pres la decisió d'establir un preu situat a la banda alta dels vehicles d'alta gamma com Mercedes, BMW, Lexus, i aquest preu es pugui justificar per la incorporació d'un elevat nivell de personalització del disseny i acabats del vehicle. També estudia crear una xarxa de distribució pròpia i diferenciada, doncs l'empresa és de nova creació. La marca dels vehicles serà ELECNOVA com el nom de l'empresa.

**Realitzeu l'anàlisi DAFO** en base a la informació facilitada a l'enunciat i la que pugueu considerar que també és rellevant i no es troba explícitament en el mateix.

Oportunitats	Amenaces
<ul style="list-style-type: none"><li>- Existència d'un segment de demanda d'alt poder adquisitiu amb sensibilitat pel medi ambient, que no es troba cobert.</li><li>- Augment de demanda en segment d'alta gamma i baix consum</li><li>- Conscienciació social pels efectes contaminants dels vehicles convencionals</li><li>- Necessitat de potenciar energies alternatives al petroli davant l'encariment en els mercats, d'aquesta font d'energia.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Vehicles diesel incorporen millores constants en tecnologia i presenten reduccions de consum</li><li>- Problemàtica del transport a les grans i mitjanes ciutats</li><li>- Foment polítiques d'ús de transport públic</li></ul>
Fortaleses	Debilitats
<ul style="list-style-type: none"><li>- Ser el primer automòbil elèctric del</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Inexperiència de l'empresa en</li></ul>

<p>segment d'alta gamma</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Producte ecològic amb creixent imatge social</li><li>- Possibilitat de personalització disseny i acabats del vehicle</li></ul>	<p>aquest mercat</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Preu elevat en un vehicle sense rodatge o experiència. Pot dificultar la generació de confiança al potencial comprador</li><li>- S'ha de construir la xarxa de distribució</li></ul>
--	---