

ESTRATEGIA

(toma de decisión)

PRODUCTO

ESTRATEGIA

MERCADO

“La esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente.”

Definir su Estrategia

Las Opciones



Diferenciar

Competir con otros

Producto

Segmento

Requiere que realmente tenga algo único para que haya demanda

Requiere que se identifique un segmento, que conozca profundamente las necesidades de ese segmento, y que sea competitivo en llenar esas esas necesidades

Requiere que realmente puede competir con los demás en base a precio, calidad, servicio, entrega, etc.

Conocimiento profundo del mercado, consumidor, gustos, modas y de los productos competitivos

Conocimiento profundo del mercado, de los canales de la competencia

Control de Costos
Control de Calidad
Control de Proceso

Category	Percentage
Very important	10%
Important	40%
Not important	30%
Don't know	20%
Other	0%

PRODUCTO

PROCESO

COSTOS

MERCADEO

CANALES

RECURSOS ECONÓMICOS

Si mis fortalezas son:

- ✓ *Producto Diferente*
- ✓ *Conocimiento del Mercado*
- ✓ *Acceso a Recursos de Comercialización*



- ***Diferenciación de Producto***
 - *Mucha atención a consumidores*
 - *Mucha atención a diseños, líneas, etc.*
 - *Mucha atención a comercialización*
 - *Agencias publicitarias*
 - *Distribuidores exclusivos, etc.*



Si mis fortalezas son:

- ✓ *Conocimiento profundo de un segmento*
- ✓ *Canales apropiados para llegar a este segmento*
- ✓ *Competitividad en llenar necesidades del segmento*



- ***Alta Segmentación***

- *Mucha atención a consumidores del segmento*
- *Mucha atención a la competencia*
- *Mucha atención al canal*
- *Mucha atención a servicio*



Si mis fortalezas son:

- ✓ *Costos bajos*
- ✓ *Calidad aceptable (controlable)*
- ✓ *Confiabilidad en entregas*



- ***Lider en Costos***

- *Mucha atención a control de costos*
- *Mucha atención a proceso*
- *Mucha atención a control de calidad*



Pero si:

- ✓ *No tengo un producto diferente*
- ✓ *No puedo servir a un segmento en forma competitiva, y*
- ✓ *Mis costos no son más bajos que la competencia*



*Por lo mucho que trate de
Penetrar los mercados de
exportación,*



NO PUEDO COMPETIR

Moraleja

Los mercados de exportación son grandes y ofrecen grandes oportunidades. Para tener éxito en ellos:

- Conozca a si mismo:
 - Su producto
 - Sus costos
 - Su capacidad
- Conozca a su mercado
 - (Hay que ir...)
- Identifique su área de ventaja y define su estrategia
- Implemente su estrategia con suma atención a los factores críticos de la estrategia que usted ha escogido



Moraleja Final:

- El mercado de exportación es competitivo.
- Si usted no sabe cual es su ventaja competitiva,

... Usted no va a competir

