**Objetivo:** Cubrir los aprendizajes esperados en la Unidad N° 1, de una manera diferente a una prueba, que permita mayor flexibilidad, en relación a los tiempos de dedicación. Estos aprendizajes se refieren a la identificación de conceptos asociados a la formulación y análisis de estrategias, y a la aplicación de herramientas para su formulación y evaluación.

**Entregable:** Se pide escribir un **caso de estudio ficticio**, donde se formule y analice la estrategia de una **empresa ficticia**. El caso puede basarse en información obtenida desde una o varias empresas reales, pero lo importante es la **consistencia** entre los distintos elementos. La empresa puede corresponder a una idea de negocio de los estudiantes, a la empresa de un familiar, a una empresa ficticia en algún mercado, a alguna empresa existente, pero con otro nombre, etc. Hay libertad para formular el caso.

La empresa ficticia **debe corresponder a una empresa en marcha**, no a un negocio que se esté recién iniciando. Lo anterior significa que **debe** tener al menos un producto o línea de productos o servicios que entrega actualmente, y algún producto o línea de productos o servicios que está pensando en ofrecer. Este producto nuevo no debe ser necesariamente algo que no exista, puede ser algo que ofrezca la competencia, o algo que se ofrezca en otro mercado.

Ejemplo: Una marca de automóviles que hoy fabrica sólo automóviles bencineros convencionales y ha decidido fabricar automóviles eléctricos.

**Cantidad de estudiantes:** El trabajo **debe ser individual.**

**Extensión**: Se sugiere una extensión de 2.000 a 3.000 palabras. No se define un límite en relación a la cantidad de páginas, ya que se pueden incluir o no, una o más figuras o imágenes, para ilustrar el caso.

**Contenido del Caso de Estudio**

El caso de estudio debe incluir, a lo menos, lo siguiente:

**Parte 1: Formulación general. (1pto)**

1. **Nombre de la empresa ficticia.**
2. **Dominio de negocio**. Muy brevemente, explicar qué es lo que la empresa hace y cuáles son sus capacidades distintivas.
3. **Misión**, identificando previamente la idea diferenciadora y la clave del éxito.
4. **Visión.**
5. **Valores.** 3 a 5 valores que representen a la empresa.

Quienes quieran utilizar lo entregado en la Tarea del 18.05, lo pueden hacer, pero el desarrollo de las partes 2 y 3 **debe ser individual**.

**Parte 2:** **Estrategia de negocios**.

**2.1 Análisis competitivo por producto. (2 pto)**

La empresa **debe** incluir un producto o línea de productos **existente**, que actualmente comercializa, y un producto o línea de productos nueva, que está evaluando desarrollar. También pueden ser servicios. Tanto para el producto o servicio existente como para el nuevo, debe realizarse lo siguiente:

1. **5 Fuerzas de Porter:** Analizar al menos 2 elementos de cada una de ellas (proveedores, compradores, sustitutos, nuevos entrantes, competidores).
2. **FODA:** Identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (para cada una, un mínimo de 2 y un máximo de 4). Es importante aquí mostrar una imagen consistente de la situación que enfrenta la empresa, en rEn elación a las 5 fuerzas de Porter.
3. A partir del FODA, indique si recomienda una estrategia **ofensiva**, **adaptativa**, **defensiva** o de **supervivencia**. Explique qué significa eso, en términos de lo que debe hacer la empresa. A partir de lo anterior, proponga:
   1. **Decisiones estratégicas.** Identifique un mínimo de 2 y un máximo de 4 decisiones estratégicas que debe tomar su empresa, justificando por qué las considera estratégicas.
   2. **Decisiones tácticas u operativas.** Proponga 1 ó 2 decisiones que no sean de tipo estratégico, y que recomendaría que la empresa tome, para desarrollar su estrategia.

Adicionalmente, y sólo para el producto **nuevo**, plantee y resuelva un ejercicio donde utilice la **curva de experiencia**. **(0.5 pto)**. Debe explicar el modelo **ficticio** e incluir la ecuación, una tabla de datos y un gráfico que ilustre la situación.

**2.2 Análisis Matricial, para 2 ó más productos. (1 pto)**

Utilice **al menos uno** de los modelos matriciales vistos en clases, para analizar los 2 productos o líneas de productos (existente y nuevo) que considera su empresa ficticia (Matriz BCG, Matriz de Atracción de la Industria, Matriz de Crecimiento Ansoff). Establezca alguna recomendación o conclusión al respecto.

**Parte 3: Cuadro de Mando Integral (1.5 pto)**

De manera **consistente** con lo planteado anteriormente, proponga uno o dos **objetivos /factores clave** para cada una de las **4 dimensiones** del Cuadro de Mando Integral y, para cada objetivo /factor clave, proponga uno o dos **indicadores** que permitan medir su cumplimiento. Se sugiere utilizar como ejemplo los indicadores vistos en clases.