

# Definición de la Misión



Declaración cualitativa de la posición global de negocio

Metodología para definir la Misión del Negocio

1

Definición del Marco Temporal

2

Determinación del Alcance y Competencias únicas

Alcance de Productos/Servicios

Alcance de Mercado

Alcance Geográfico

Competencias Únicas

3

Desafíos

4

Declaración de la Misión

# Análisis Estratégico

---



**Análisis Externo  
(Industria)**  
Oportunidades y Amenazas

**Análisis Interno  
(Mercado)**  
Fortalezas y Debilidades

**FODA**

# Análisis Externo



Aplicando el Método de los Factores Externos

1

Identificación de los Factores Externos Críticos para el Análisis de la INDUSTRIA

2

Perfil del Atractivo de la INDUSTRIA

3

Identificación de **Amenazas y Oportunidades**

## Método de los Factores Externos

# Análisis Interno



Aplicando el Método  
de Cadena de Valor



## Cadena de Valor de Productos



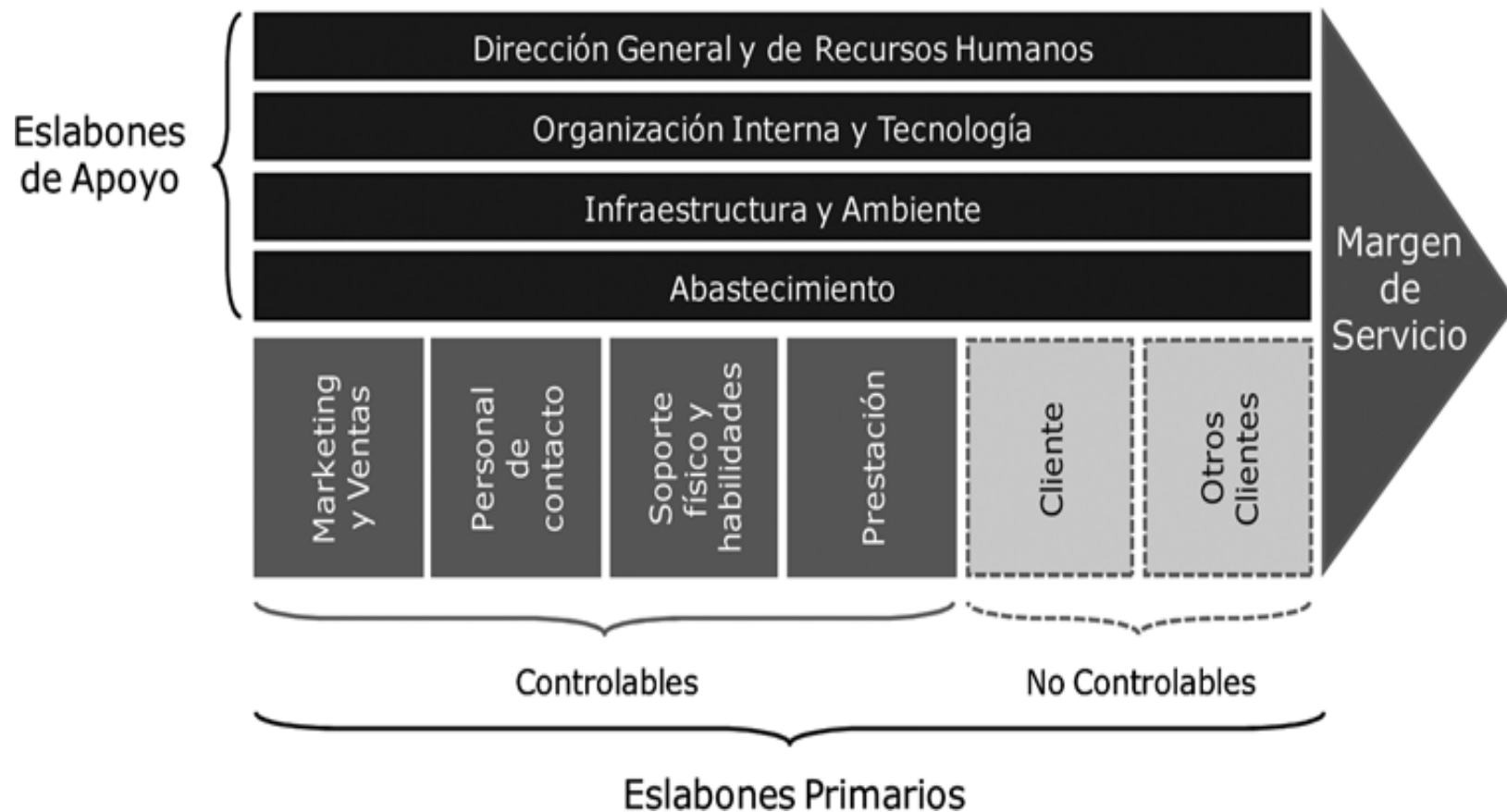
# Análisis Interno



Aplicando el Método  
de Cadena de Valor



## Cadena de Valor de Servicios



# Análisis Interno



Aplicando el Método  
de Cadena de Valor



## Proceso para Delinear el Perfil del Posicionamiento Competitivo de un Negocio

1

Identificar a los Competidores mas Relevantes

2

Selección de los Factores Críticos de Éxito

3

Perfil Competitivo de su Negocio frente a cada uno de sus Competidores mas Importantes

4

Identificación de las **Fortalezas y Debilidades**

