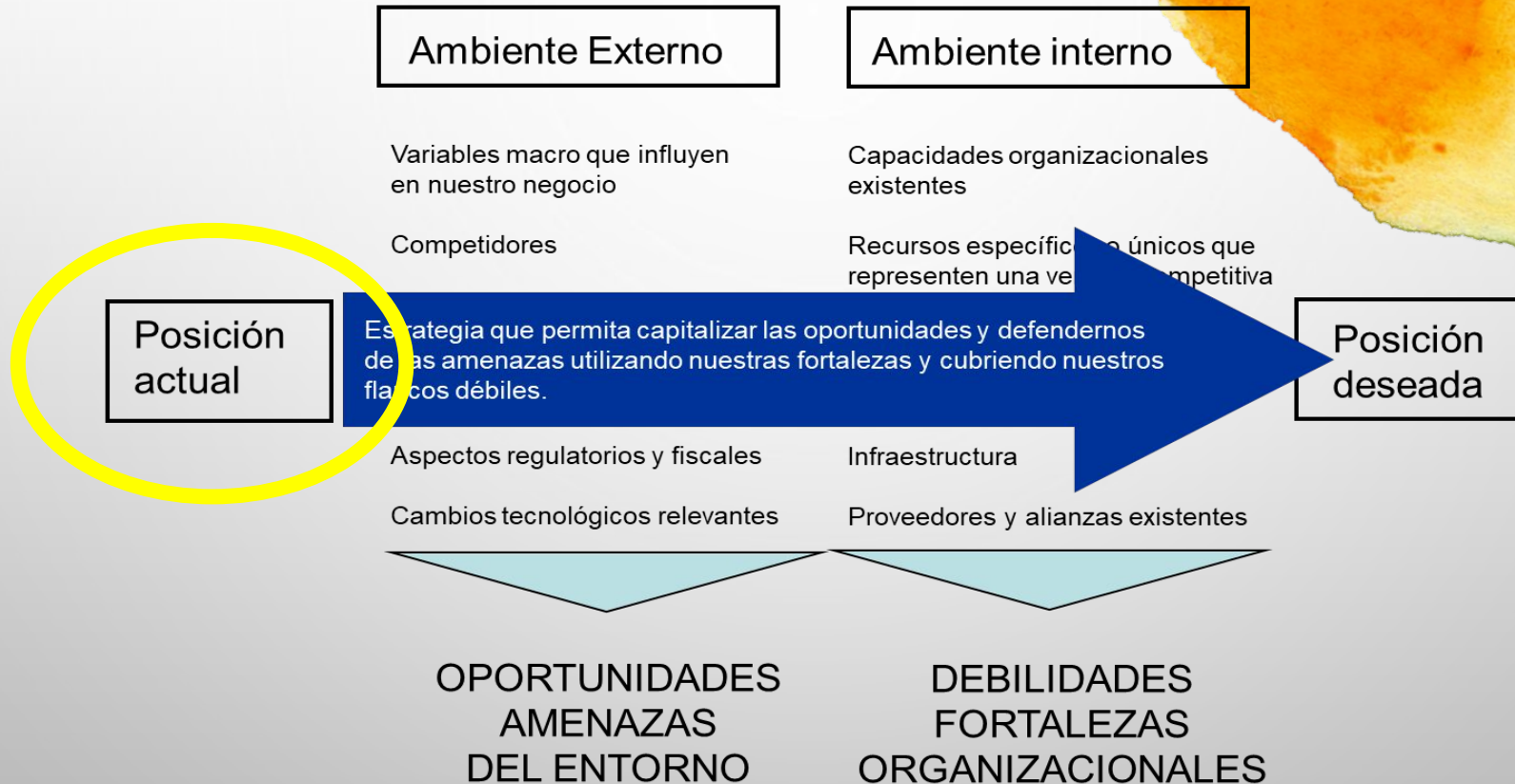


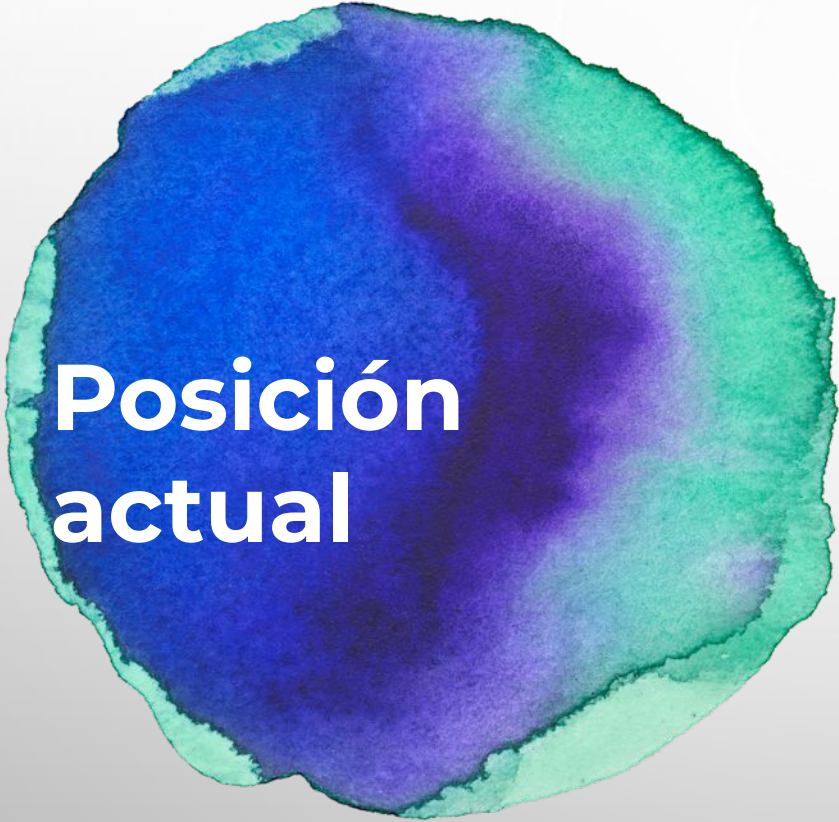
Escuela de Negocios

Estrategia

Posición Actual

¿Qué debemos tener en cuenta para definirla?





**Posición
actual**

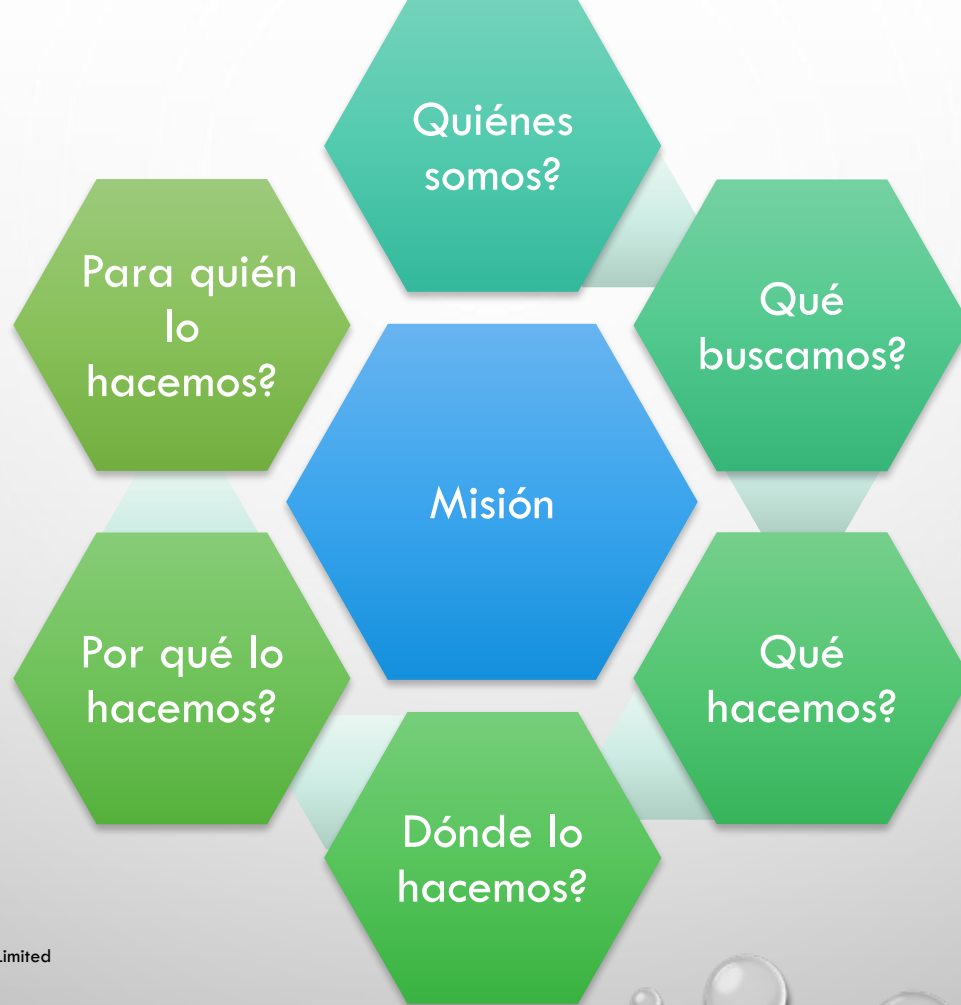
- ✓ ¿A qué nos dedicamos? - MISIÓN
- ✓ ¿Dónde estamos? – POSICIONAMIENTO
- ✓ ¿Qué nos hace diferentes de la competencia - DIFERENCIACIÓN

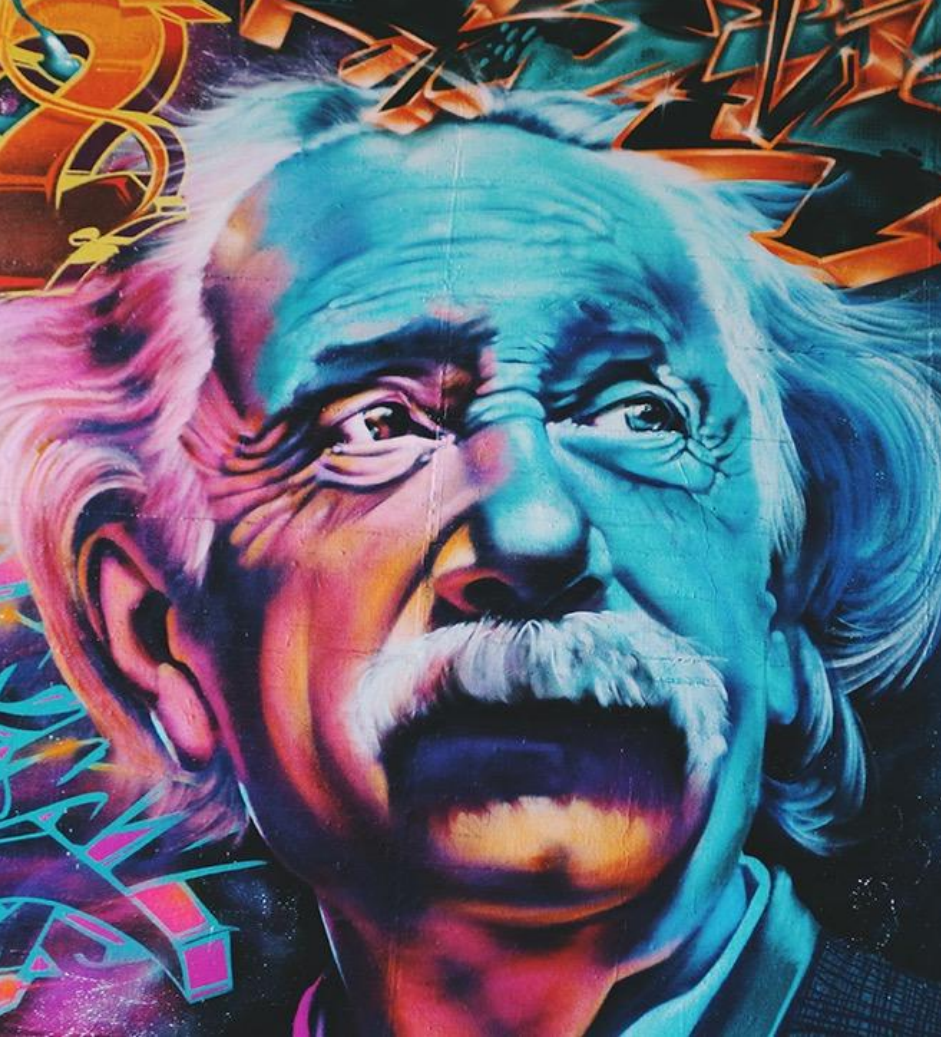
Misión

- ❖ **MISIÓN:** ES LA “RAZÓN DE SER” DE LA ORGANIZACIÓN.
- ❖ **DECLARACIÓN DE MISIÓN:** DECLARACIÓN GENERAL DEL PROPÓSITO QUE DISTINGUE A LA ORGANIZACIÓN DE OTRAS SIMILARES.
- ❖ A MENUDO SE ENFOCA EN EL MERCADO Y LOS CLIENTES.
- ❖ DESCRIBE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA ORGANIZACIÓN TALES COMO LOS VALORES CORPORATIVOS, LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS, LA UBICACIÓN DE LAS INSTALACIONES Y LA ACTITUD HACIA LOS EMPLEADOS.

<https://www.youtube.com/watch?v=kwmFPKQA>

[X4g](#)





"SATISFACER LAS NECESIDADES COTIDIANAS DE NUESTRO CLIENTE DE UNA MANERA AMABLE, RÁPIDA, PRÁCTICA Y CONFIABLE; CREANDO VALOR ECONÓMICO Y HUMANO EN LA SOCIEDAD (CONSUMIDORES, COLABORADORES, PROVEEDORES Y ACCIONISTAS), DESARROLLANDO REDES REPLICABLES DE NEGOCIOS DE COMERCIO AL DETALLE, EN FORMATOS PEQUEÑOS, QUE APOYEN A NUESTROS NEGOCIOS DE BEBIDAS"

Posicionamiento

"¿Qué es lo que diferencia a una empresa en un mercado altamente competitivo? ¿Por qué un consumidor elige una marca en lugar de otra? **Este valor añadido que permite a una organización resaltar entre el resto es lo que consigue el posicionamiento estratégico.**"



Factores claves que distinguen una estrategia de otra

El Mercado objetivo es
reducido o amplio?



La ventaja competitiva está ligada a
bajo costo o diferenciación de
productos o servicios?



Estrategias genéricas de Porter

<https://www.youtube.com/watch?v=HiBRviA3InI>



Objetivo Estratégico:

- Toda la industria
- Un segmento

Ventaja Competitiva:

- Liderazgo en Costos
- Diferenciación
- Enfoque en Costos
- Enfoque en Diferenciación
- “Stuck in the middle” /
Proveedor de mejor costo

Estrategias genéricas de Porter

Liderazgo en costos

- Enfoque en costos generales más bajos que los competidores en productos que atraen a un amplio espectro de compradores

Diferenciación general

- Diferenciar la oferta de productos de la empresa de sus competidores con atributos que generan valor adicional a los compradores

Enfoque en costos

- Concentrarse en un segmento de compradores específicos, sensible al precio y en los costos, ofrecer un producto de menor precio.

Enfoque en Diferenciación

- Concentrarse en un segmento de compradores específico a satisfacer los gustos y requisitos particulares de los miembros del nicho.

Proveedor de mejor costo

- Brindar a los clientes más valor por su dinero, al ofrecer atributos del producto exclusivos a un costo menor que los competidores.

Netflix

Blim

Claro
Video

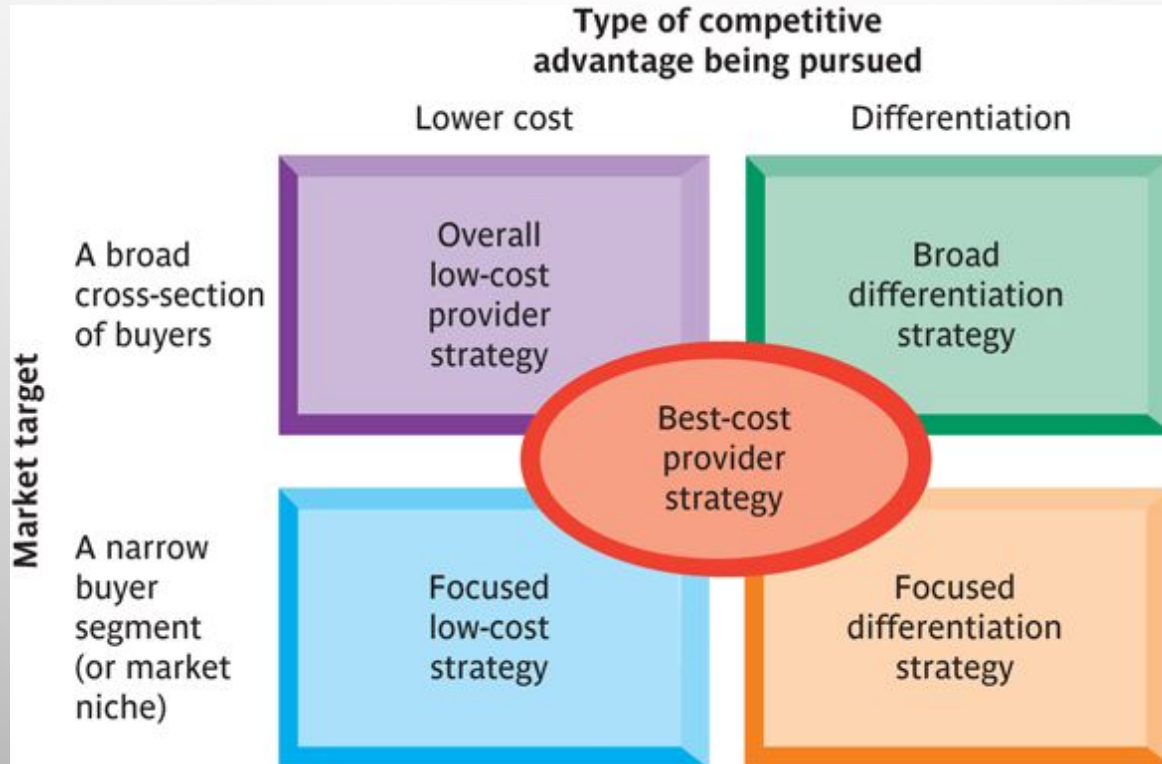
Amazon
Prime

Cinépolis
Klick

Apple TV

Disney
Plus

Considerar un posicionamiento de Mercado distinto





**Estrategias clave para
liderar en costos**



¿Cuándo una estrategia de liderazgo en costos funciona?

- 1) Cuando la competencia de precios es muy fuerte
- 2) Los productos están disponibles con mucha facilidad para todos los competidores.
- 3) No es fácil la diferenciación de los productos.
- 4) Todos los proveedores utilizan los productos de la misma manera.
- 5) Los compradores incurren en bajos costos cuando cambian de proveedores.
- 6) Compradores con mayor market share tienen mayor poder de negociación.
- 7) Los nuevos participantes pueden usar precios bajos introductorios para atraer compradores y construir una base de clientes



**Ejemplo de empresa que siga
cada driver.**

Diferenciación

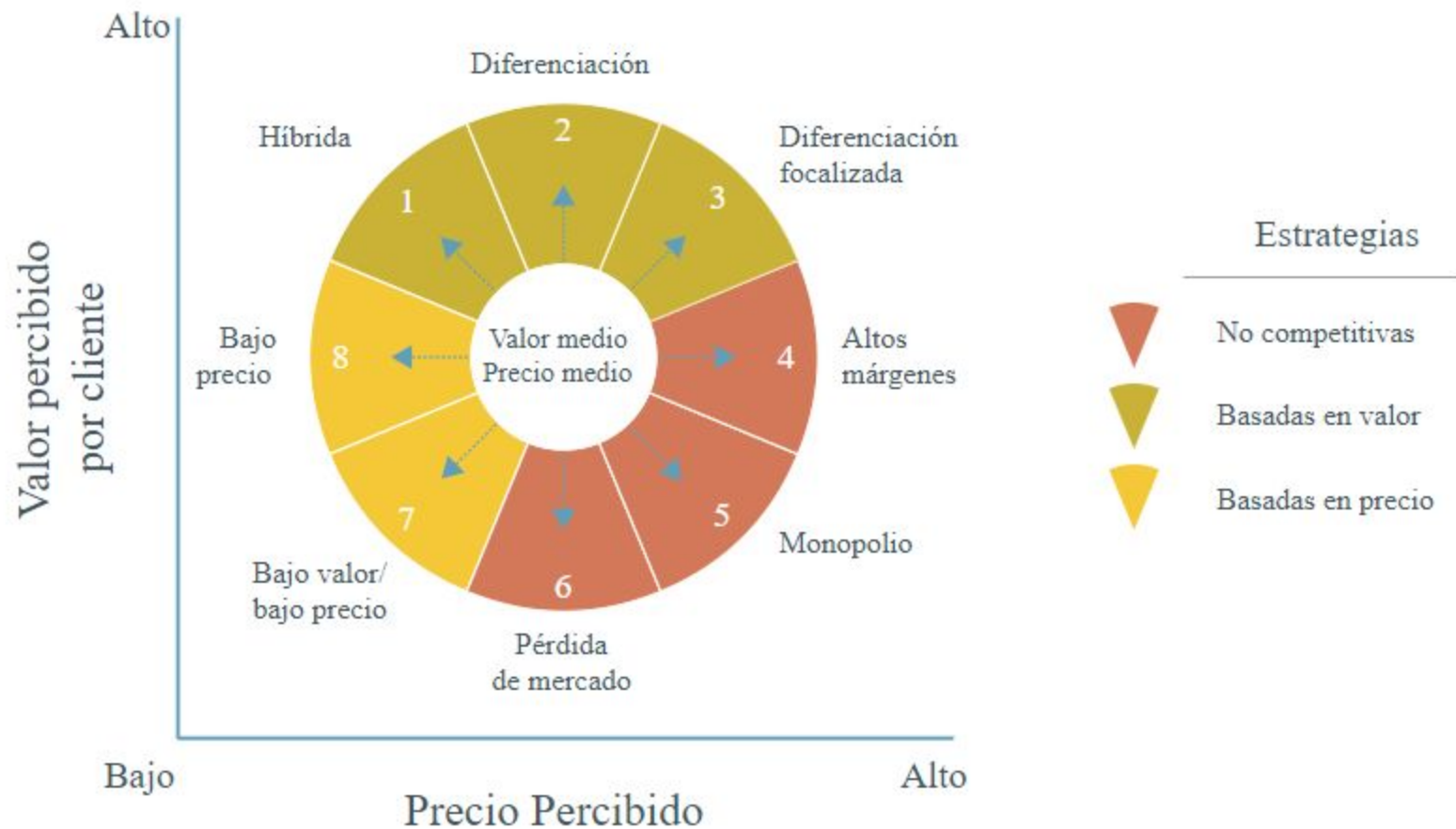
Enfoque que una empresa adopta para desarrollar un producto o servicio único que los clientes encontrarán mejor o diferente de los productos o servicios ofrecidos por los competidores.



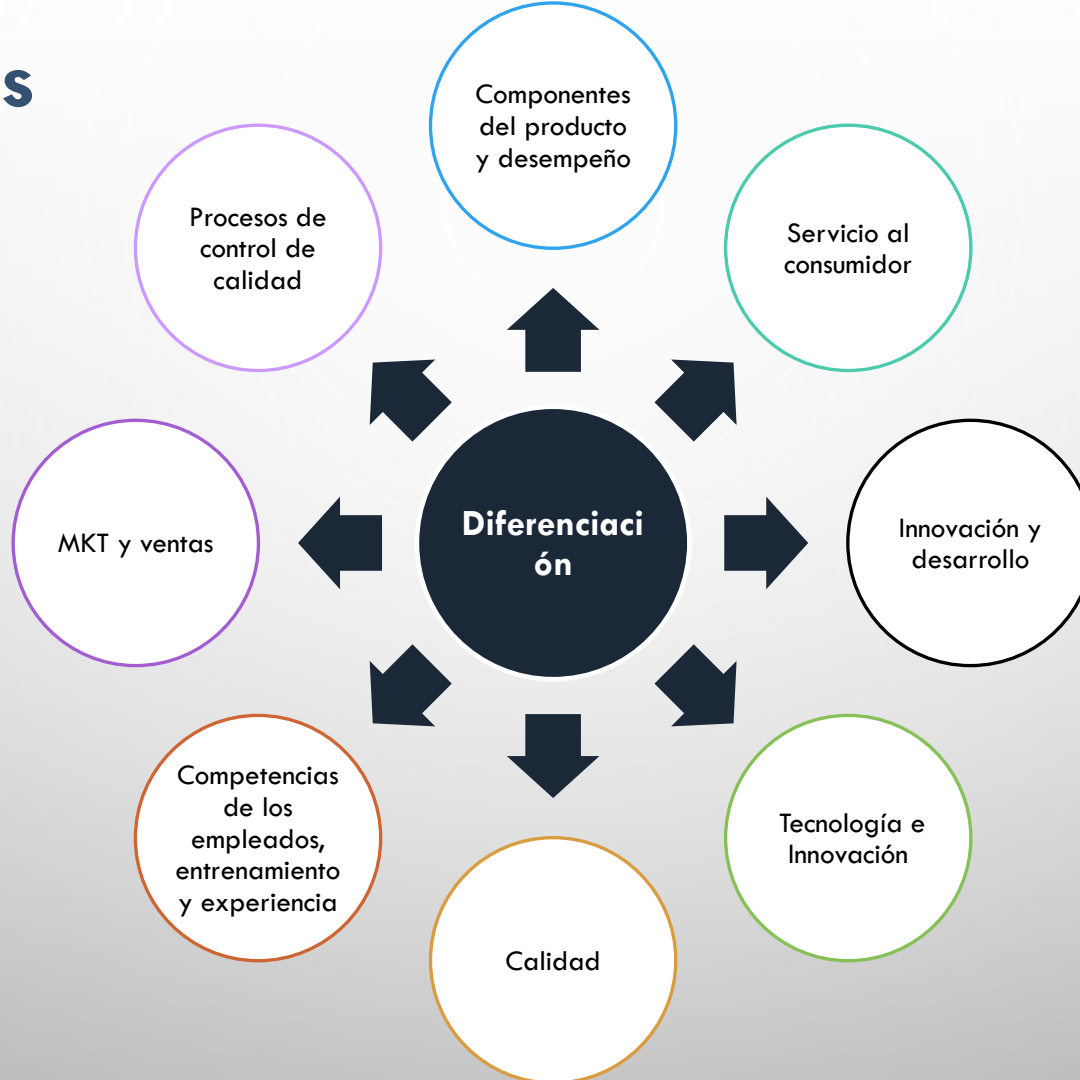
Estrategias de diferenciación de Mintzberg

Estrategia	Descripción
Precio	Diferenciación por precios más bajos que los competidores (ejemplo: productos commodity con diseños comunes)
Imagen	Los productos son prácticamente los mismos que los competidores, pero se ven diferentes desde la perspectiva de MKT.
Apoyo	Aditamentos / accesorios adicionales como garantías y Servicio post venta, diferencia un producto de un competidor y otro.
Calidad	Basado en los componentes de un producto para sobrepasar el estándar de la industria.
Diseño	Componentes únicos que diferenciarán al producto de los que se ofertan en el mercado
Sin diferenciación	Posición común para hacer replicas de un producto, lo anterior cuando el tamaño del mercado lo permite.

Estrategia de Reloj



Drivers



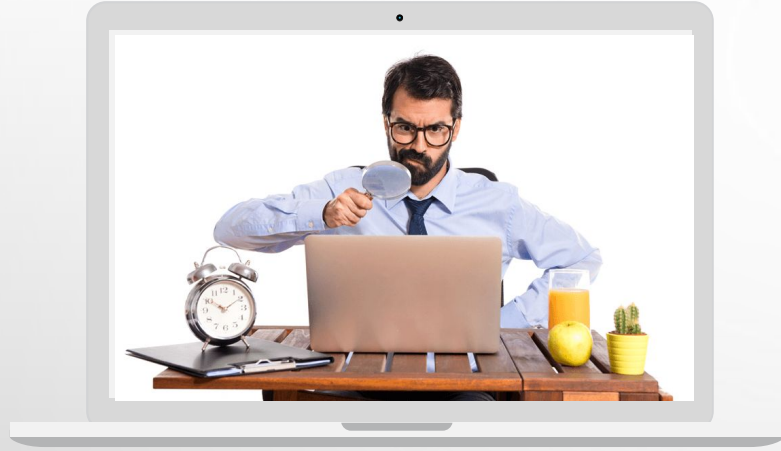
¿Cuándo funciona mejor una estrategia de diferenciación?





Fallas que deben evitarse en estrategias de diferenciación

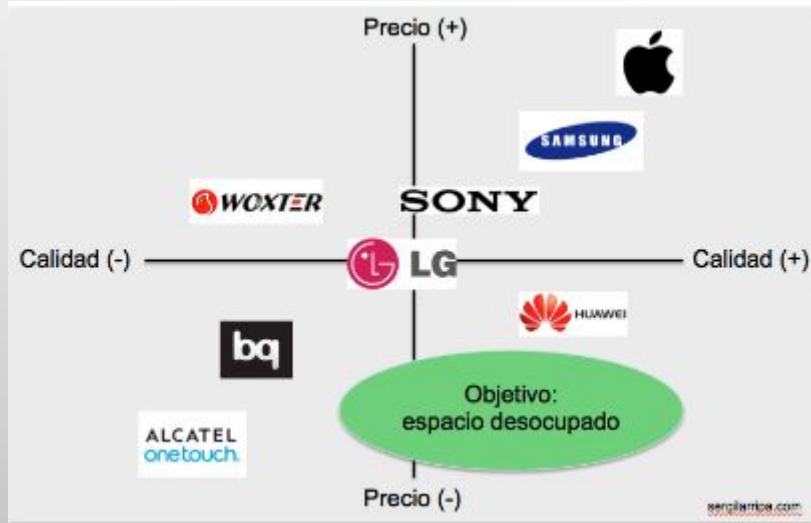
- ✗ Confiar que los atributos no son fácil de copiar
- ✗ Contar con atributos de los productos o servicios que no sean relevantes para el consumidor.
- ✗ Afectar la rentabilidad al gastar más de lo que pudiera retribuir
- ✗ No contar con diferencias significativas en calidad, servicio o desempeño con los competidores.
- ✗ Agregar demasiadas características para exceder las necesidades del consumidor.
- ✗ Definir el precio como premium.



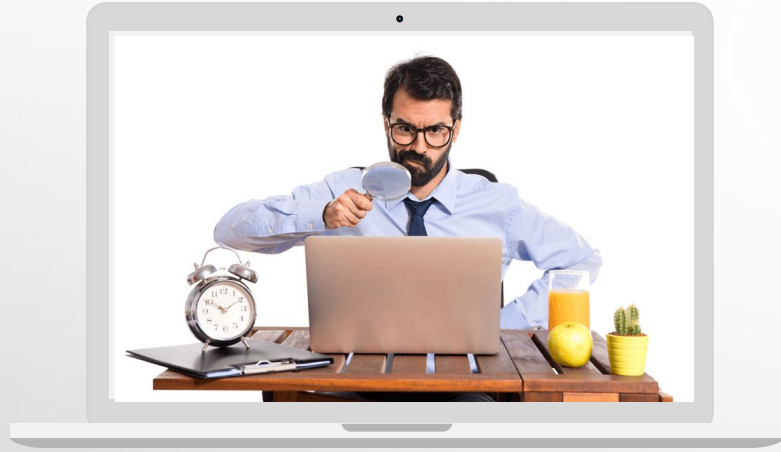
**Ejemplo de empresa que siga
cada driver.**

**Investiga y
Comparte...**

Mapa de Posicionamiento



Un mapa de posicionamiento es una técnica de análisis que permite representar de manera visual la percepción que tienen los clientes respecto a una industria y todas las empresas que participan en ella.



**Investiga y
Comparte...**

**Actividad M1_1.2:
Posicionamiento y diferenciación**