En la pregunta 2 se pide analizar el plan de expansión de Rappi de acuerdo a las estrategias genéricas de Porter.

Estrategia Genérica

Rappi como empresa adopta una estrategia de diferenciación, y esto se nota en su plan de expansión.

Quiere diferenciarse para los clientes, porque además de la amplia gama de productos y servicios que ofrece (desde comida pasando por productos de supermercado hasta medicamentos) quiere aumentar sus posibilidades y transformarse en una “superapp”, quiere comenzar en el mercado de los tiquetes aéreos, bancarización, envíos a toda prisa, retiro de dinero a domicilio, etc.

Crítica

Según el punto III, los analistas proveen dos puntos de vistas para el futuro de Rappi:

Unos creen que la empresa tiene claro los datos del mercado y debe ajustar su operación además de especificar su nicho para que los inversionistas reciban devolución de su dinero..

Otros aseguran que la empresa busca vender su negocio a extranjeros, reducir personal y operar con inteligencia artificial con una central más económica en Silicon Valley, California.

Claramente la estrategia genérica está mal planteada desde la empresa, ya que no está tomando acción en ninguna de las dos opciones que los analistas profesionales predicen para un futuro saludable de la empresa.