

# UNIDAD I

## PROYECTO, EMPRESA, INVERSIONES Y RECUPERO

### ● 1.3. ESTRATEGIA EMPRESARIAL

# ¿Que es Estrategia?

**Es una determinación que toma la empresa, para hacerle frente a una determinada situación interna o externa.**



# ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Las estrategias son los medios por los cuales se lograran los objetivos. La estrategia es la manera que tiene la empresa de conseguir sus objetivos, a partir de su misión, conforme a sus valores.

# Una realidad empresarial...

- Se compite en mercados con niveles de rivalidad muy altos.
- El pensamiento estratégico ha obligado a las empresas a gravitar alrededor de las industrias conocidas.
- Se necesita expandir los límites de las industrias o crear nuevas.

# Estrategias Empresariales



# Estrategias Empresariales

## Estrategia de Océano Rojo

Competir en mercados ya existentes

Vencer a la competencia

Explotar la demanda ya existente

Escoger entre costo y diferenciación

## Estrategia de Océano Azul

Crear nuevos espacios de mercado

Volver a la competencia irrelevante

Crear y capturar nueva demanda

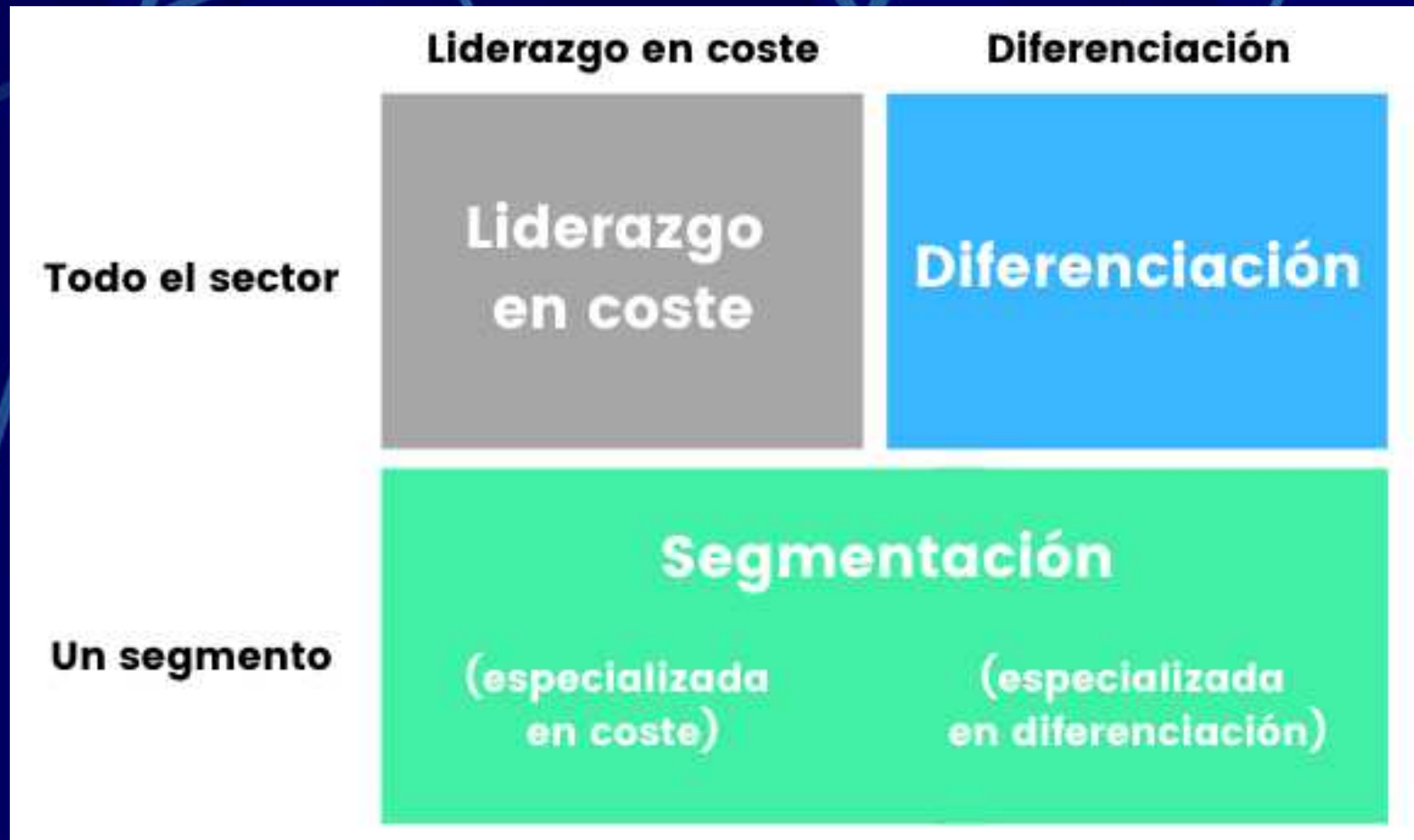
Procurar un mejor costo y una mayor diferenciación



# LAS ESTRATEGIAS GENÉRICAS DE OCEANO ROJO

Según Michael Porter, las estrategias genéricas permiten a las organizaciones obtener una ventaja competitiva por tres motivos: el liderazgo en costos, la diferenciación y el enfoque (segmentación).

# LAS ESTRATEGIAS GENÉRICAS PORTER





# Estrategias Genéricas de Porter

VIDEO: Estrategia Competitivas de Porter

Anuor Aguilar

Tiempo: 5'28''

<https://www.youtube.com/watch?v=ym9kJqVoGbK>

# LAS ESTRATEGIAS GENÉRICAS DE MICHAEL PORTER

## Estrategias para el liderazgo en coste

Luchar por ser un productor con costos bajos en una industria puede resultar muy efectivo cuando el mercado esta compuesto por mucho compradores sensibles a los precios, cuando existen pocos caminos para lograr las diferencias entre productos, cuando a los compradores no les interesen demasiado las diferencias entre una marca y otra o cuando existe una gran cantidad de compradores con un poder de negociación considerable.

# LAS ESTRATEGIAS GENÉRICAS DE MICHAEL PORTER

## Estrategias de diferenciación

Una buena estrategia de diferenciación permite que la empresa cobre un precio mas alto por su producto y merezca la fidelidad del cliente, porque los consumidores se pueden aficionar notablemente a las características que los distinguen. Las características especiales para diferenciar el producto pueden incluir un servicio excelente, existencia de mantenimiento, diseño de ingeniería, desempeño del producto, vida útil, rendimiento o facilidad de uso.

# LAS ESTRATEGIAS GENÉRICAS DE MICHAEL PORTER

## **Estrategias de segmentación**

Enfatiza la competencia en un nicho de mercado específico mediante la orientación de los esfuerzos a las necesidades particulares de ciertos clientes o un mercado geográfico estrechamente definido.

Las estrategias se pueden diferenciar en:

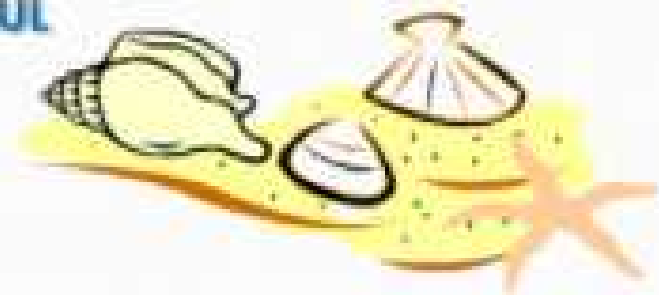
- ❑ Especializada en costos, y
- ❑ Especializada en diferenciación

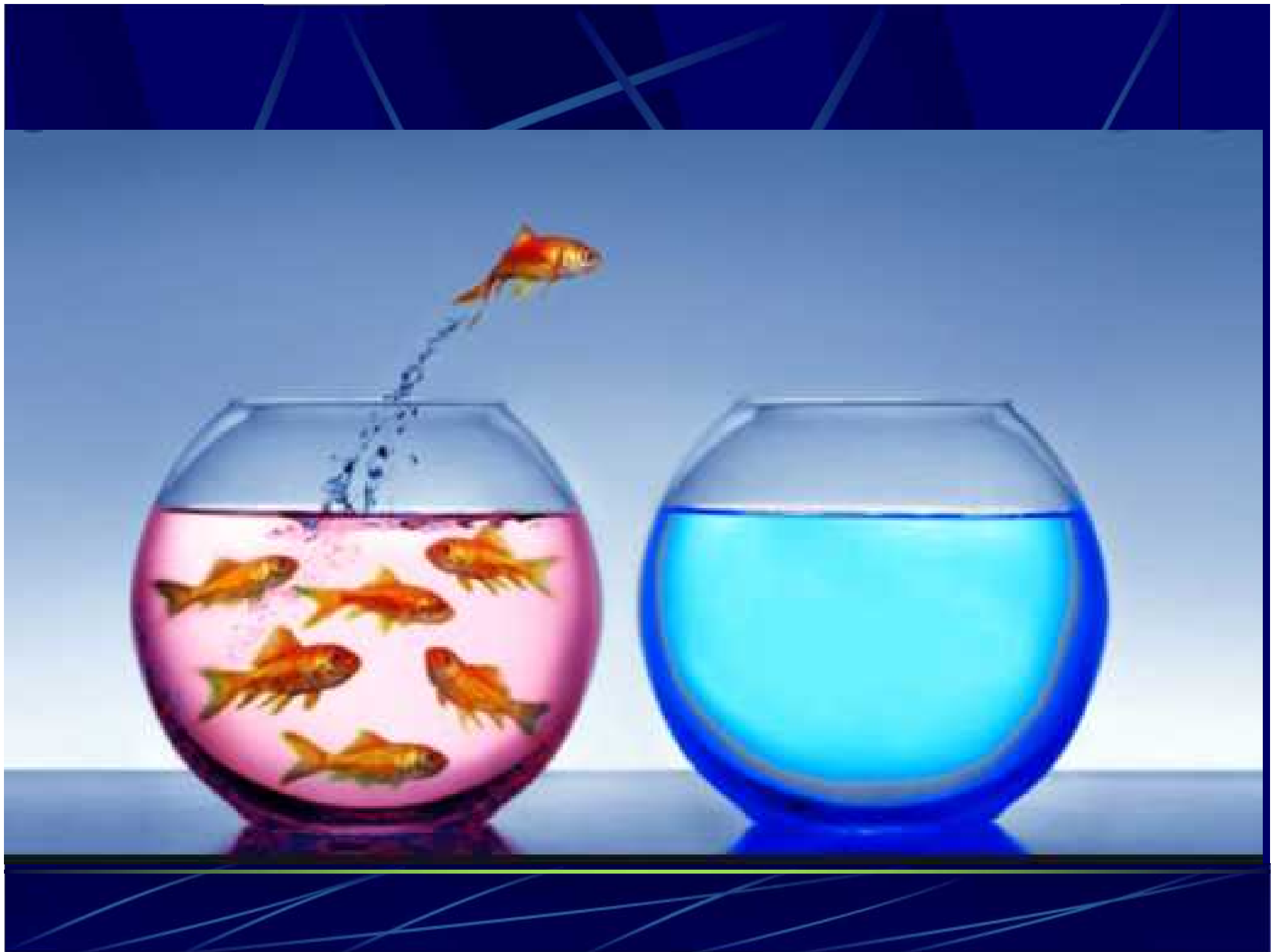


## LA ESTRATEGIA DEL OCÉANO AZUL

Encontrar un espacio nuevo, desconocido en el mercado, procurando crear demanda nueva y oportunidades para un crecimiento rentable y sostenible para la empresa; con beneficios reales para el consumidor y la sociedad, dejando de lado el concepto de competencia de los océanos rojos.

Resumen del libro LA ESTRATEGIA DEL OCÉANO AZUL  
de W. Chan Kim y Renée Mauborgne







# INNOVAR EN EL VALOR

Lo primero es en **innovar en el valor** que se entrega al cliente.

Para buscar esta innovación en valor los autores de la estrategia del océano azul nos proponen **usar la herramienta de matriz RICE** (acrónimo de Reducir-Incrementar-Crear y Eliminar)

Esta **herramienta de análisis empresarial** nos ayudará a definir nuestra nueva estrategia.

# MATRIZ RICE

## Eliminar

¿Qué factores en los que la industria ha competido por mucho tiempo se deberían eliminar?

## Incrementar

¿Qué factores se deberían incrementar *muy por arriba* del estándar de la industria?

## Reducir

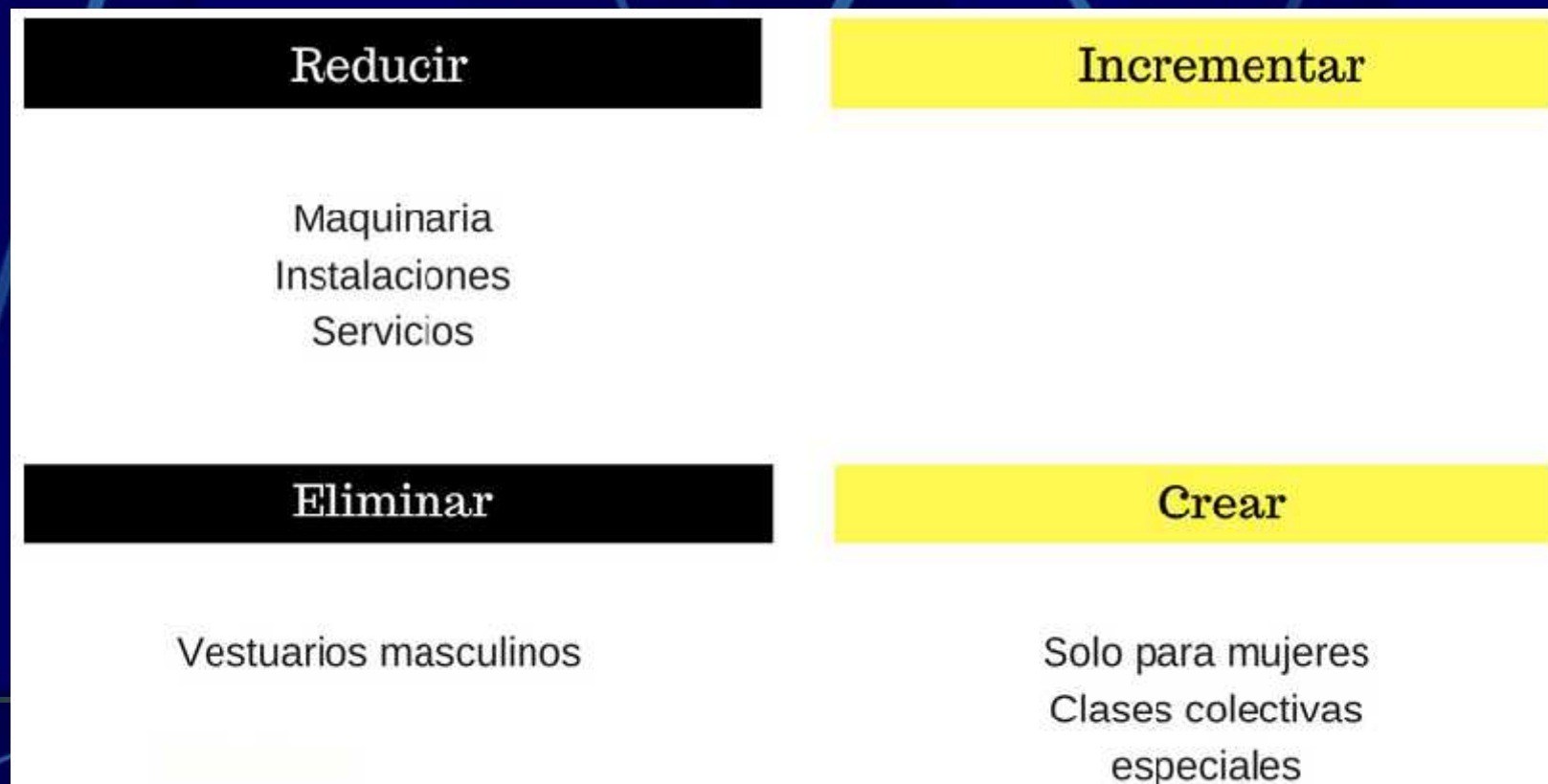
¿Qué factores se deberían reducir *muy por debajo* del estándar de la industria?

## Crear

¿Qué factores se deberían crear que la industria nunca ha ofrecido?

# INNOVAR EN EL VALOR

**Ejemplo de creación de océano azul , gimnasios solo para mujeres.**  
Centrada en los NO clientes, mujeres de mediana edad que nunca se apuntaría a un gimnasio. A partir de esto con la Matriz RICE se pasa a análisis de los factores competitivos.



# Estrategia del océano azul

VIDEO: Estrategia del océano azul

Dánae Perper

Tiempo: 6'2''

<https://www.youtube.com/watch?v=Nww0hGspZng>