

Análisis Estratégico

1. **Análisis Macro Entorno:** PESTAL.
Considerar contextos relevantes:
Materias
Primas/Operaciones/Clientes
2. **Análisis de la Industria:** Porter.
Considerar impacto de los factores en las expectativa de rentabilidad de largo plazo de la industria. Ojo también con la correcta y consistente definición de la industria.
3. **Análisis de la Micro Industria:**
Conglomerados estratégicos. Con quienes competimos frontalmente y con quienes de manera lateral.
4. **Análisis Interno:** Cadena de Valor.
Acá debemos diagnosticar, utilizando diferentes benchmarks cuantitativo, si tenemos superioridad en alguna actividad



Segmentación

Buscamos agrupar a los clientes en grupos homogéneos. Ojo con las segmentaciones estadísticas que no hacen sentido de negocio.

Ojo con las características de una buena segmentación

Tipos

1. Características personales de los consumidores.
 1. Geográfica
 2. Demográfica
 3. Psicográfica
2. Factores históricos de su comportamiento en el mercado
 1. Uso de producto.
 2. Beneficio del producto
 3. Proceso de decisión



Selección de la Estrategia

Bajada por segmento respecto de 4 ámbitos:

1. **Estrategia genérica.** Alineada a la ventaja competitiva. Liderazgo en costo vs diferenciación.
2. **Estrategia de crecimiento.** ¿de dónde vendrán mis ingresos? Escenarios como combinación entre desarrollo de mercado y desarrollo de productos, además del crecimiento por integración (vertical u horizontal).
3. **Estrategia de competencia:** Líder, Retador, Seguido, Especialista.
4. **Estrategia de cartera:** cómo asignamos recursos entre productos y/o unidades de negocio. Usamos la matriz BCG



FODA

Naturaleza de la Ventaja Competitiva

Vimos en paralelo además en la clase de Dinámicas de la Innovación, una ampliación de la discusión de la fuerza correspondiente a la amenaza de sustitutos. El punto importante relacionado con esto es entender por qué se dan los cambios de liderazgo en las industrias cuándo hay disrupción tecnológica (por qué los líderes fallan), cuáles son las etapas por la que van atravesando las industrias, y cuál es el rol del diseño dominante en las diferentes etapas.



Entendimiento del mercado

Estrategia x Segmento