Universidad Católica Andres Bello

Facultad De Ingeniería

Escuela De Ingeniería Informática

Ensayo de Modelo De Posicionamiento Estratégico

Nombre: Kevin Nava

Caracas, agosto de 2017

Dada la alta competencia empresarial que se vive hoy en día, es indispensable contar con una estrategia de negocio. Muchas empresas improvisadas se jactan de que tienen éxito sin usar algo estrategia de negocio y solo usan alguna planificación básica, pero no se dan cuenta que en realidad si están usando un modelo de negocio; aunque ellos no lo sepan, están siendo prácticos sin saber la teoría, y no avanzan de manera rápida ya que analizando el estudio de las estrategias de negocio a nivel teórico-práctico permite visualizar el comportamiento de la antes, durante y después de una empresa.

La posición estratégica trata de identificar el entorno externo, los recursos, competencias y capacidades de una organización, así como las expectativas e influencias de las partes interesadas. Balboa Cortez Ana Laura. (2015, Mayo 8). Posicionamiento estratégico de la empresa. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/posicionamiento-estrategico-de-la-empresa/>.

Esencialmente el posicionamiento estratégico busca que en cualquier organización, la ventaja competitiva sea destacar aquello que diferencia una compañía de otra y que la hace más atrayente para el comprador. Esto es innovar el producto y/o servicio e impresionar al comprador, o bien, mostrar ese producto y/o servicio estándar, pero de una manera más atractiva. Se debe tener en cuenta aspectos tales como el diseño, la producción, venta y distribución del bien o servicio que la compañía ofrece. Balboa Cortez Ana Laura. (2015, Mayo 8). Posicionamiento estratégico de la empresa. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/posicionamiento-estrategico-de-la-empresa/>.

El posicionamiento estratégico es el más usado actualmente, por lo menos en estados unidos , sabiendo que estados unidos cuenta con un gran número de empresas transnacionales. Hay varias alternativas de posicionamiento; algunas de ellas son:

**Segmentación de Mercados**:

Se trata de definir qué población es mi mercado objetivo, cuáles son sus características y cuál su cuantificación (tamaño y ubicación). Frecuentemente se habla de segmentaciones amplias o enfocadas, según se trate de participar en muchos o en pocos mercados. . Balboa Cortez Ana Laura. (2015, Mayo 8). Posicionamiento estratégico de la empresa. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/posicionamiento-estrategico-de-la-empresa/>.

**Diferenciación de Productos:**

Los productos para cada mercado pueden tener características únicas o exclusivas (productos diferenciados) o, por el contrario, ser genéricos (producto estándar). De la inclinación de la empresa y la aceptación del cliente, dependerá la elección de qué tipo de productos fabricar y esto incidirá también en las características del sistema de producción. . Balboa Cortez Ana Laura. (2015, Mayo 8). Posicionamiento estratégico de la empresa. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/posicionamiento-estrategico-de-la-empresa/>.

Este modelo estratégico de negocio siempre va orientado hacia las empresas, y se adapta siempre a las necesidades de las mismas para el éxito en este campo de tanta competitividad, por eso , desde mi punto de vista es el ideal para establecerse en una empresa.