

ESTRATEGIAS GENERICAS

NUM	ESTRATEGIA	DEFINICION
1	INTEGRACION HACIA ADELANTE	ADQUIRIR LA POSESION DE LOS DISTRIBUIDORES Y/O DETALLISTAS
2	INTEGRACION HACIA ATRÁS	ADQUIRIR LOS PROVEEDORES ESTRATEGICAS
3	INTEGRACION HORIZONTAL	ADQUIRIR LA COMPETENCIA
4	PENETRACION EN EL MERCADO	TRATAR DE CONSEGUIR UNA MAYOR PARTICIPACION EN EL MERCADO PARA LOS PRODUCTOS O SERVICIOS ACTUALES EN LOS SEGMENTOS NUEVOS
5	DESARROLLO DEL MERCADO	INTRODUCIR PRODUCTOS O SERVICIOS PRESENTES EN ZONAS GEOGRÁFICAS DIFERENTES O EN SEGMENTOS NUEVOS
6	DESARROLLO DE PRODUCTO	MEJORAR O MODIFICAR LOS PRODUCTOS ACTUALES PARA MANTENERLES EN EL MISMO MERCADO
7	DIVERSIFICACION CONCENTRICA	INTRODUCCION DE PRODUCTOS O SERVICIOS NUEVOS PERO RELACIONADOS
8	DIVERSIFICACION POR CONGLOMERADO	ADQUISICION DE EMPRESAS NUEVAS RELACIONADAS O NO CON EL NUCLEO CENTRAL. SI SE RELACIONA CON EL NUCLEO CENTRAL SE DENOMINA DIVERSIFICACION ARTICULADA.
9	DESPOSEIMIENTOS	VENDER UNA UEN O UNA PARTE DE ELLA VIA ACCIONARIA. USUALMENTE SE OBSERVA EN CONGLOMERADOS O HOLDINGS.
10	FUSION	VINCULACION CON OTRA ORGANIZACIÓN, PERDIENDO SU IDENTIDAD LA FUSIONADA Y AMPLIANDO SU TAMAÑO LA QUE FUSIONA
11	LIQUIDACION	VENTA TOTAL DE UNA EMPRESA QUE NO FORMA PARTE DE UN HOLDING O CONGLOMERADO
12	ASOCIACION	ALIANZA ESTRATEGICA. USUALMENTE SE OBSERVA CUANDO DOS ORGANIZACIONES SE UNEN PARA EXPLOTAR UN MERCADO. LA UNION ES TEMPORAL, NINGUNA PIERDE SU IDENTIDAD Y GENERAN SINERGIAS
13	MIXTAS	MEZCLAS DE VARIAS ESTRATEGIAS GENÉRICAS PARA TRATAR DE LOGRAR UN OBJETIVO, USUALMENTE COMPLEJO
14	ADQUISICION	ESTRATEGIA CONDUCENTE, EN LAS MAYORIA DE LOS CASOS A COMPRAR ACCIONES ENTRE SOCIOS O A TERCEROS.

SI
X
X
X
X