

Estrategias de Crecimiento

Igor Ansoff

Ricardo Villafaña Figueroa

Julio 2017

Estrategias de crecimiento (i)

		PRODUCTOS	
		Actuales	Nuevos
M E R C A D O S	Actuales	Estrategias de penetración de mercados	Estrategias de desarrollo de nuevos productos
	Nuevos	Estrategias de desarrollo de mercados	Estrategias de diversificación

Estrategias de crecimiento (ii)

		PRODUCTOS	
		Actuales	Nuevos
M E R C A D O S	Actuales	Estrategias de penetración de mercados	Desarrollo de productos: <ul style="list-style-type: none">• Sustitutos• Complementarios
	Nuevos	Desarrollo e mercados: <ul style="list-style-type: none">• Base de uso• Base geográfica	Diversificación: <ul style="list-style-type: none">• Horizontal• Vertical• Concéntrica• Conglomerar

Penetración de mercados

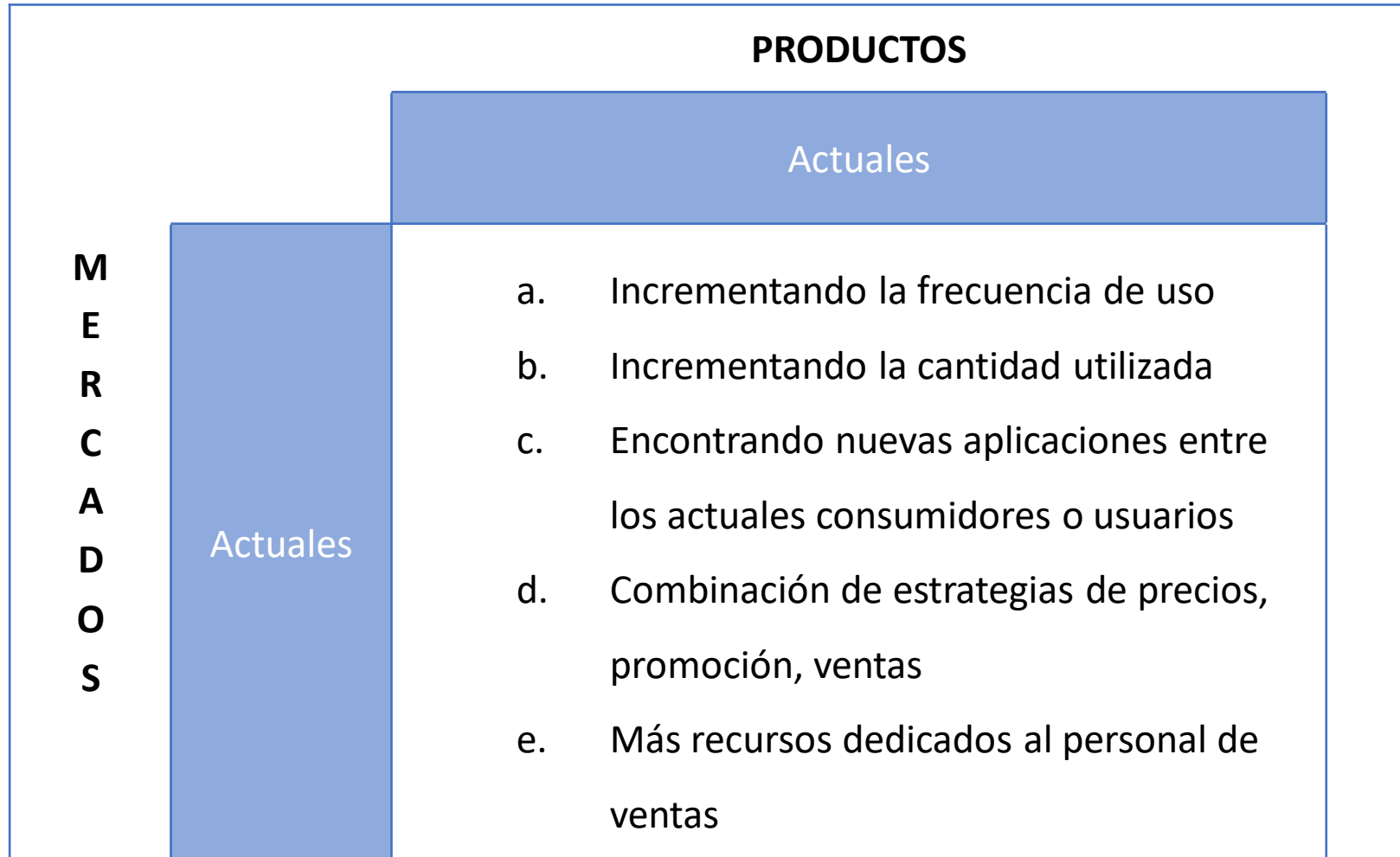
Penetración de mercados (i)

- Estrategia de crecimiento empresarial que consiste en aumentar la venta de productos existentes a segmentos de mercado existentes, sin modificación alguna de productos.

Penetración de mercados (ii)

- El negocio se enfoca en los mercados y productos en los cuales tiene alto conocimiento
- Se tiene conocimiento de la competencia
- Se conocen las necesidades de los clientes
- Se requiere invertir en investigaciones de mercado

Estrategias de penetración de mercados

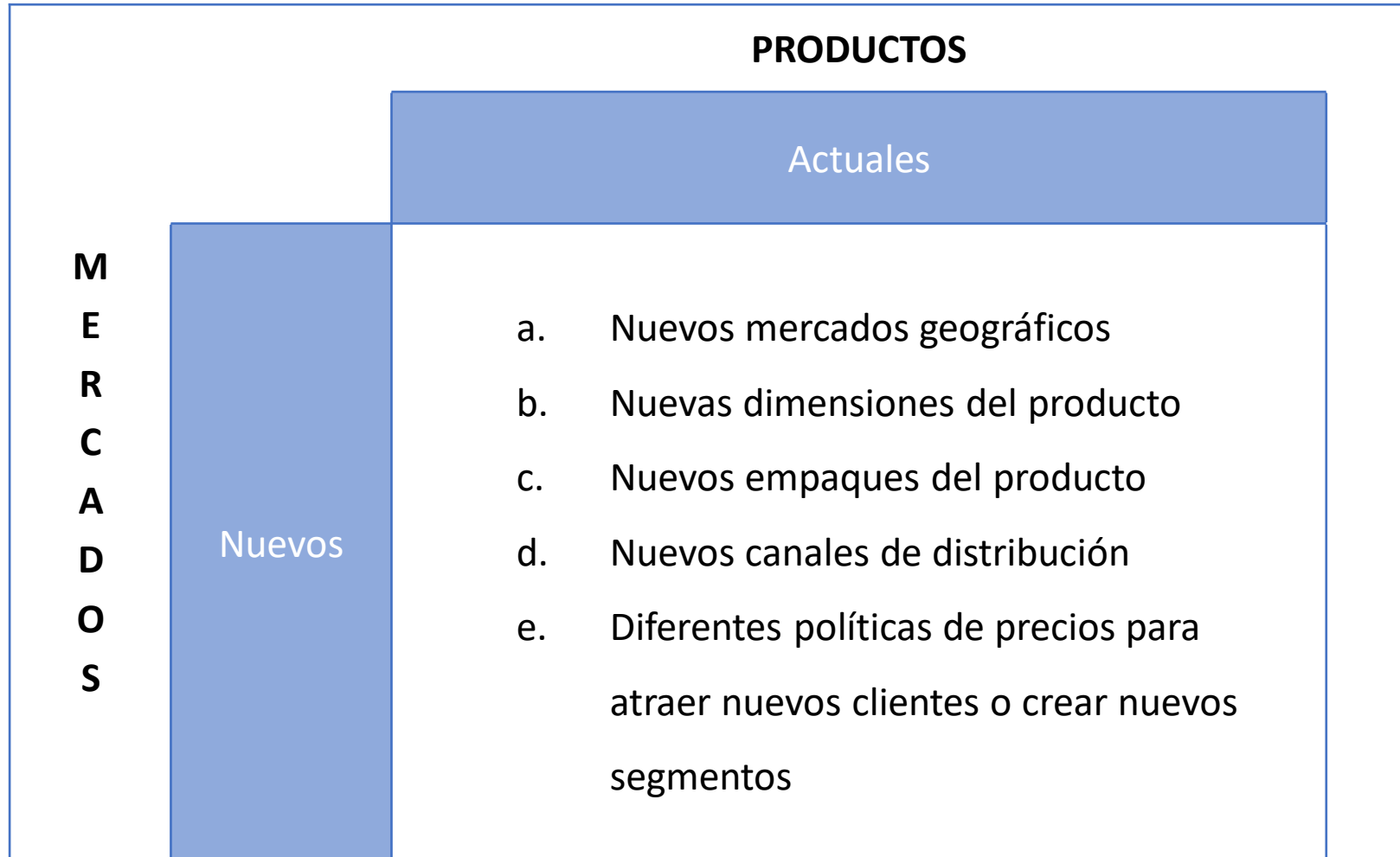


Desarrollo de mercados

Desarrollo de mercados

- Estrategia de crecimiento empresarial que consiste en identificar y desarrollar nuevos segmentos de mercado para productos existentes.
- Estrategia de crecimiento empresarial que consiste en ofertar productos nuevos o productos modificados a segmentos de mercados ya existentes.

Estrategias de desarrollo de mercados

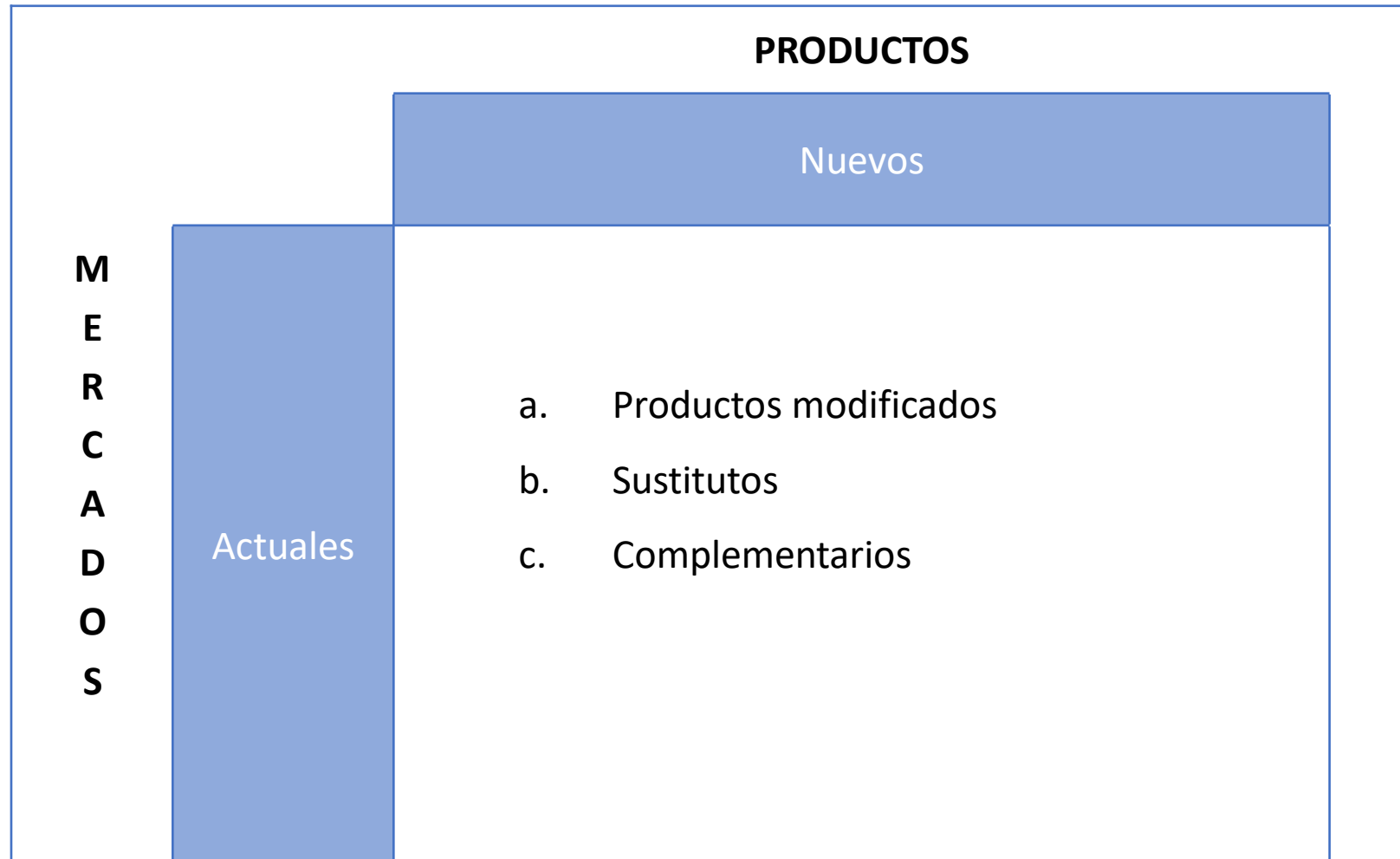


Desarrollo de productos

Desarrollo de productos

- Desarrollo de producto es el nombre dado a una estrategia del crecimiento donde la meta del negocio es introducir nuevos productos en mercados existentes. Esta estrategia puede requerir el desarrollo de nuevas capacidades y es necesario que el negocio produzca nuevos productos o modifique los actuales para satisfacer necesidades no cubiertas del mercado actual

Estrategias de desarrollo de productos



Diversification

Diversification

- La diversificación es una estrategia del crecimiento donde el negocio desarrolla nuevos productos para nuevos mercados.
- La diversificación es una estrategia del riesgo porque el negocio se mueve hacia mercados en los cuales tiene poco o nula experiencia.
- Antes de adoptar una estrategia de diversificación es necesario tener una idea clara sobre lo que espera ganar de la estrategia y desarrollar una evaluación de los posibles riesgos.