

# **Taller Ingeniería Industrial II (IN4002)**

## **Módulo II: Análisis de Entorno o Sectorial**

**Determinar primero los productos o servicios que este sector brinda.**

- Son productos uniformes (commodities) o diferenciados, segmentados con marcas relevantes
- Los clientes, quiénes son, cuánto y cómo consumen. Hay estratos o segmentos.
- Tamaño de este mercado. Cantidades y valores transados.
- Zona geográfica del mercado.
- ¿Cómo ha evolucionado este sector a lo largo de los últimos 10 años?
- Cómo influye el entorno en este sector: demografía, economía, geografía y megatendencias (globalización y TICs, principalmente)
- ¿Qué tipo de proveedores tiene este sector?
  - ¿Quiénes son?
  - ¿Cómo producen?
  - ¿Hay proveedores nacionales y extranjeros?
- ¿Qué regulaciones principales rigen este sector?
- ¿Cómo evoluciona este sector en el mundo?

### **Organización Industrial**

- ¿Cómo se estructuran las empresas que participan en este sector; tamaños, focos, segmentos, posicionamientos. Especializaciones.
- ¿Cómo son las rentas que obtienen las empresas de este sector? ¿Qué varianza existe entre las empresas y temporalmente?
- ¿Qué estrategias podemos intuir o ver en las empresas de este sector?
  - foco en clientes?,
  - foco en eficiencia?
  - Conductas monopólicas?
  - Hay líderes y seguidores?

### **Tendencias y Oportunidades**

- El sector, comparativamente con otros o con sectores similares en el resto del mundo, ¿está desarrollado o no en la zona donde hacemos este análisis?.
- Cómo pensamos que evolucionará este sector. Cómo crecerá? Cuánto? Cómo se especializará?
  
- Si un inversionista los contrata para definir si conviene o no entrar en este mercado,
  - ¿Es recomendable invertir?
  - ¿Dónde?
  - ¿Haciendo qué?
  - ¿Con qué tipo de estrategia genérica?
  - ¿Qué factores son críticos a su juicio?

# **Taller Ingeniería Industrial II (IN4002)**

## **Módulo II: Análisis de Entorno o Sectorial**

**Dado todo lo visto, qué oportunidades se aprecian en este sector.**

*“La ventaja competitiva se da cuando una empresa ofrece un producto o servicio que los clientes perciben como superior a los competidores”, Sodhi S. (2003)*

Existen varios métodos para determinar la creación de valor, uno de ellos es el Modelo Canvas, el cual describe de manera lógica la forma en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor. Este modelo busca realizar un diagrama conformado por nueve bloques de construcción con la intención de que la organización revise las diferentes formas de ser rentable en su industria. Es de vital importancia estructurar este tipo de recursos para conocer en profundidad cómo opera una empresa y conocer las fortalezas y debilidades de la misma.

El modelo Canvas cuenta con los siguientes bloques de construcción, los cuales al ser desarrollados contribuyen con el proceso de mejora continua del negocio, al distinguir las actividades claves y métodos óptimos de operación:

1. Segmentación de los Clientes
2. Propuesta de Valor
3. Mecanismo de Relación con el Cliente
4. Canales o Formas de Distribución
5. Obtención de Ingresos
6. Alianzas Estratégicas
7. Actividades Claves
8. Recursos Claves
9. Costos