

Marketing estratégico: (1) Análisis de la situación

02: Análisis comparativo empresa-competidores

Esta matriz permite obtener una **visión comparada** de la empresa respecto a la competencia. Lo que se pretende es determinar en qué áreas la empresa es **superior**, **igual** o **inferior** a sus competidores. Se trata, pues, de una **evaluación relativa**, básicamente **comparativa**, no absoluta.

El primer paso consiste en seleccionar los criterios que se van a utilizar para hacer la comparación; los que incluimos en la matriz son a título de ejemplo. Utilizando estos criterios se evalúa la posición de cada competidor respecto a la empresa y se indica dicha evaluación en la matriz utilizando uno de los siguientes métodos:

Situación comparada	Signos	Números
La empresa es superior al competidor.	+	+1
La empresa es igual al competidor.	=	0
La empresa es inferior al competidor.	-	-1

La razón que justifica el uso de esta matriz radica en que el desarrollo de una estrategia competitiva parte del conocimiento de la situación de la empresa respecto a sus competidores y los puntos fuertes y débiles de cada uno. Sólo después de alcanzar ese conocimiento es que se podrán adoptar acciones específicas con más altas posibilidades de que sean eficaces. Veamos la matriz.

Criterios de evaluación		Posición de nuestra empresa respecto a los competidores:			
		A	B	C	D
1	PARTICIPACIÓN DE MERCADO (para todo el mercado y/o por segmentos)				
2	ACTIVOS DE MARKETING Valor de: - Marca - Distribución - Niveles de lealtad de los consumidores - Relaciones con los proveedores - Relaciones con la clientela - Tecnología - Gestión de marketing				
3	SITUACIÓN FINANCIERA GLOBAL				

4	PRODUCCIÓN				
	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad instalada - Flexibilidad - Reservas de materias primas - <i>Know how</i> de producción - Costes 				
5	CAPACIDAD INNOVADORA				
	<ul style="list-style-type: none"> - Productos nuevos lanzados en tres últimos años - <i>Know how</i> de Investigación + Desarrollo - Planes en programa de nuevos productos 				
6	CAPACIDAD ESTRATÉGICA PERCIBIDA				
	<ul style="list-style-type: none"> - Lanzamientos con éxito durante los tres últimos años - Capacidad y rapidez de reacción ante ataques de la competencia 				
7	LIDERAZGO				
	<ul style="list-style-type: none"> - Tecnología - Marketing - Producción 				
8	CRECIMIENTO DE LA EMPRESA DURANTE LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS				