

## Marketing estratégico: (4) Selección de las estrategias

# 02: Matriz de opciones estratégicas de Ansoff

Esta matriz constituye un instrumento útil para lograr **un primer acercamiento** a los análisis que es necesario realizar para tomar una decisión respecto a qué vías estratégicas ha de seguir la empresa para lograr su desarrollo o crecimiento. **Una advertencia:** el uso de esta matriz no es suficiente, por sí sólo, para llegar a una decisión operativa; se recomienda su uso como primer paso, acompañándolo con otros de los instrumentos propios del análisis estratégico del marketing. Como se puede ver en la matriz, la misma se elabora para decidir la vía estratégica a seguir en función de si se recurre a los productos actuales o a productos nuevos y si los mismos se dirigen a los mercados actuales o a mercados nuevos.

		Productos	
		Actuales	Nuevos
Mercados	Nuevos	<b>CONQUISTA</b> Atacar mercados o segmentos nuevos con los productos actuales.	<b>DIVERSIFICACIÓN</b> Atacar nuevos mercados o segmentos con productos nuevos.
	Actuales	<b>CONTINUIDAD</b> Mantenerse en el o los mismos mercados con los mismos productos.	<b>INNOVACIÓN, CREACIÓN</b> Atacar los mismos mercados con productos nuevos.

Otra forma de analizar la misma conjunción de posibles opciones estratégicas es la siguiente, planteada por Pearce:

	Productos actuales	Productos nuevos
Mercados actuales	<b>PENETRACIÓN DEL MERCADO</b> - Incremento de la participación de mercado. - Incremento del uso del producto (mayor frecuencia, mayor cantidad, nuevos usos).	<b>DESARROLLO DEL PRODUCTO</b> - Mejora del producto. - Extensión de línea. - Nuevos productos en los mismos mercados.

	<b>Productos actuales</b>	<b>Productos nuevos</b>
<b>Mercados nuevos</b>	<b>DESARROLLO DEL MERCADO</b> - Ampliar el mercado para los actuales productos (expansión geográfica, nuevos segmentos).	<b>DIVERSIFICACIÓN</b> - Integración vertical (hacia adelante, hacia atrás). - Diversificación en sectores y negocios relacionados. - Diversificación en sectores y negocios no relacionados.