

Marketing estratégico: (4) Selección de las estrategias

Matriz de alternativas estratégicas

En esta matriz, se interrelaciona la posición que ostenta la empresa o producto en su mercado (en el eje vertical) con las **Perspectivas del sector de negocios** (eje horizontal) y se obtienen las correspondientes recomendaciones de acciones estratégicas.

		Perspectivas del sector		
		Negativas	Medias	Buenas
Posición en la participación de mercado	Débil Sostenida	Salir del sector	Salir del sector	Dilema (salir o invertir)
	Favorable	Salir del sector	Relanzar el producto o servicio	Encontrar nuevos mercados
	Fuerte Dominante	Maximizar la rentabilidad y prepararse para salir	Encontrar nuevos mercados	Procurar la expansión

Por ejemplo, si la empresa, producto o servicio se sitúa en la intersección de **Posición débil en la participación de mercado** y **Perspectivas negativas del sector de negocios**, la recomendación es “**Salir del sector**”, abandonar ese mercado, ya que la empresa no posee capacidad de influencia en el mismo y, además, no se prevé que el sector ofrezca posibilidades de crecimiento o rentabilidad a corto o medio plazo; seguir en él significa desperdiciar recursos valiosos de la organización (tiempo, dinero, atención del personal, etcétera) que podrían invertirse en sectores más favorables.