

# Inteligencia Competitiva

## El hexágono de la competencia

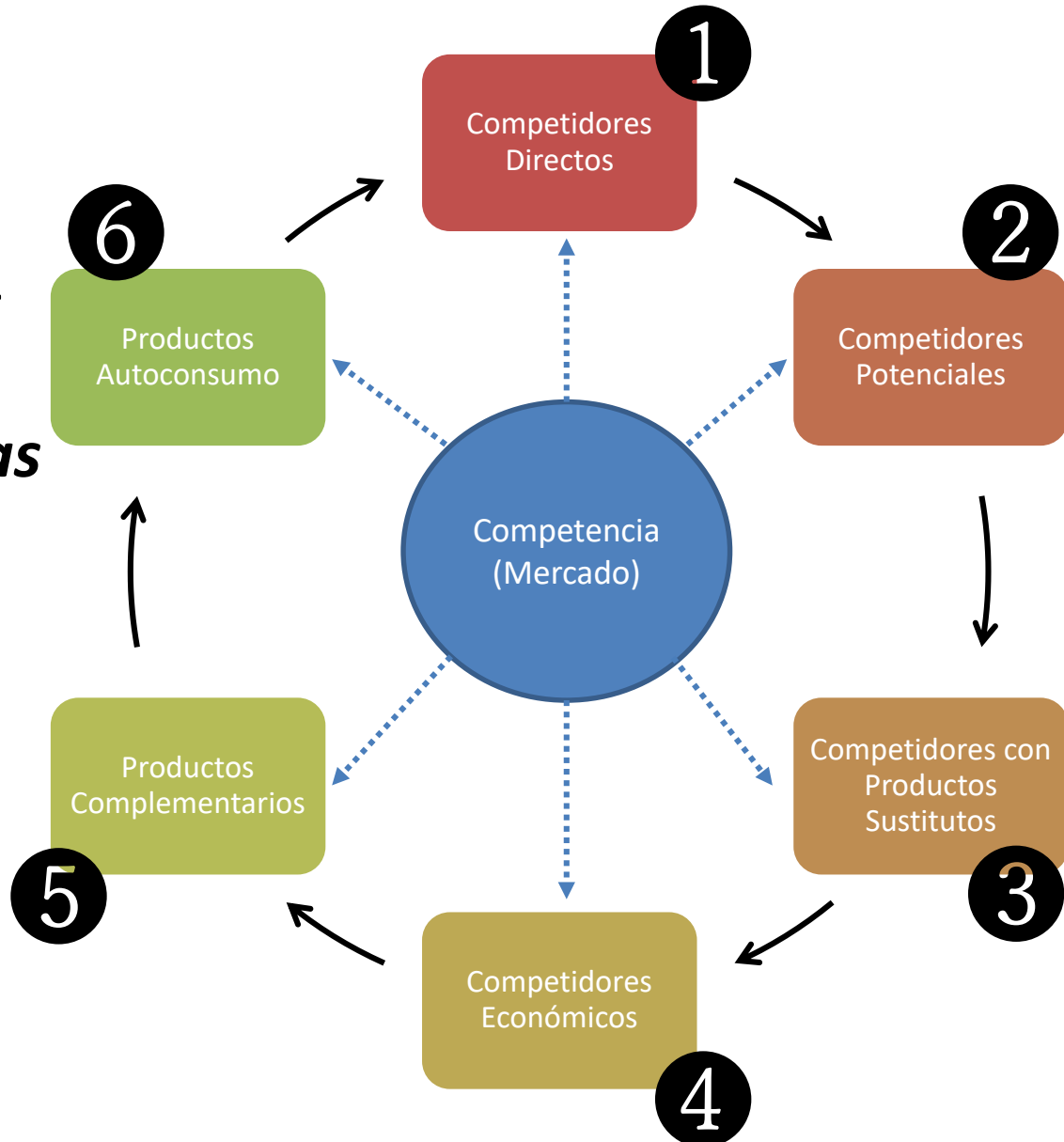


**Facilitador: Pablo Luis Saravia Tasayco**

[competitividadeconomia@gmail.com](mailto:competitividadeconomia@gmail.com) || <http://pablosaraviatasayco.com/>  
<http://www.facebook.com/competitividadeconomia.grupos>

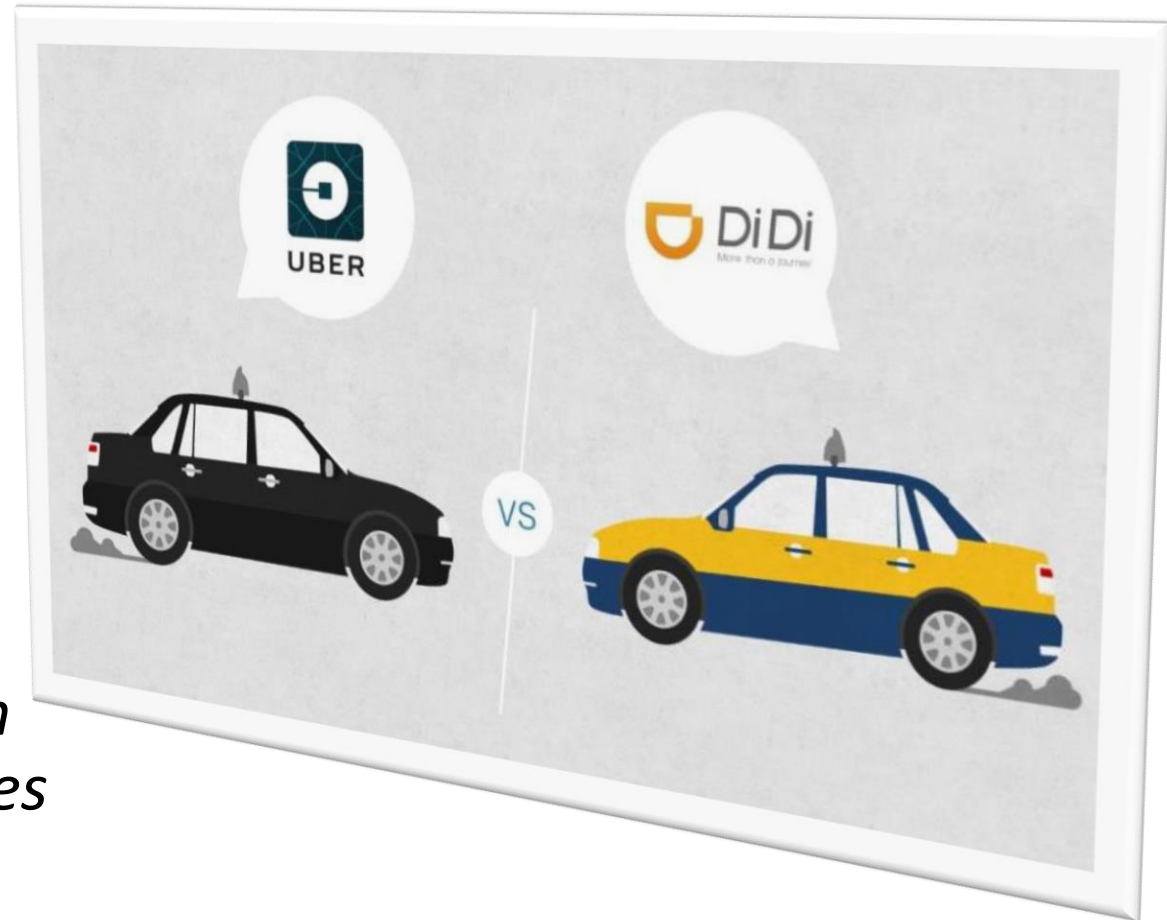
## El Hexágono de la competencia

El modelo desarrollado por Robert Cantrell, facilita el *examen o análisis de las posiciones de distintos competidores* y de las ofertas de productos o servicios *actuales o potenciales* con una perspectivas múltiples.



# 1. Competidores directos

- Los competidores poseen un producto con una tecnología o proceso similar o idéntico y que **satisfacen las mismas necesidades** del mercado que el producto propio.
- **Actividad:** *Elaborar un listado de competidores directos.*



- Los competidores poseen un producto con una tecnología o proceso similar o idéntico pero actúan en mercados distintos
- Los competidores potenciales **pueden ser una amenaza** si poseen patentes que les proporcione una ventaja competitiva.
- **Actividad:** *Elaborar un listado de competidores potenciales*

## 2. Competidores potenciales



- Los competidores poseen un producto con diferente tecnología o proceso pero que satisface la misma necesidad.
- Si tienen una **tecnología o un proceso más económico o superior** pueden representar un peligro y podrían perjudicar la posición competitiva del producto y la rentabilidad de la empresa.
- **Actividad:** *Elaborar un listado de productos sustitutos que son una amenaza*

### 3.

## Competidores con producto sustitutos



## 4. Competidores económicos

- Los competidores que en principio nunca utilizan la tecnología y ni entrarán en el mercado de la empresa, pero que **compiten por la capacidad de gasto** de los consumidores.
- **Ejemplos:** una cena familiar, una parrillada de fin de semana, renta de película para ver en casa, etc.
- **Actividad:** casos de competidores económicos



## 5. Productos complementarios

- Cuando se da **la complementariedad entre dos productos**, los clientes obtienen ventajas por comprar y usar a la vez los productos de más de una empresa.
- Ejemplo: microprocesadores Intel y el sistema operativo Windows de Microsoft (la velocidad del primero respalda la capacidad de aplicación del segundo).
- **Actividad:** casos de productos complementarios.

## 6. Autoconsumo

- Los clientes que pueden **pasar a abastecerse y crear ellos mismos el servicio o el bien** que ofrece la empresa. También puede recurrir al trueque entre particulares.
- En cualquiera de estos casos la empresa encontraría una amenaza a sus ventas y beneficios.
- ***Actividad: casos de autoconsumo***