

Investigación para soluciones empresariales

Sesión 2

Dr. Juan Manuel Tello Contreras

25 julio 2025



Tipos de situaciones de casos

- Existen cuatro tipos de situaciones en los casos

1. Problemas

No siempre en forma explícita, explicación, desempeño.

2. Decisiones

Muchas veces son explícitas, otras veces son implícitas y dependen de otra situación. Varían en alcance, consecuencias y datos disponibles. (Opciones, criterios de decisión, evidencia relevante).

3. Evaluaciones

Expresan un juicio acerca del valor, efectividad y desempeño.

4. Reglas

Existen reglas de análisis como el Valor Presente Neto. (Tipo de información

requerida, la forma correcta de aplicar la regla, los datos necesarios para

ejecutarla)

Proceso de análisis general de casos

2. Identificar los problemas importantes.

- Marcar los problemas importantes que están sucediendo en la organización.*
- Puede haber múltiples problemas que puede enfrentar cualquier organización.*
- Identificar el problema más importante que debe enfocarse.*

Proceso de análisis general de casos

3. Realizar el análisis FODA.

FORTALEZAS

- Ventajas de la organización.
- Actividades de la empresa que son mejores que la competencia.
- Recursos únicos y recursos de bajo costo que la compañía tiene
- Propuesta única de venta de la compañía.

Proceso de análisis general de casos

3. Realizar el análisis FODA.

DEBILIDADES

- Mejora que podría hacerse.
- Actividades que pueden evitarse para el estudio de caso.
- Actividades que pueden determinarse como su debilidad en el mercado.
- Factores que pueden reducir las ventas.
- Actividades de la competencia que pueden verse como su debilidad.

Proceso de análisis general de casos

3. Realizar el análisis FODA.

OPORTUNIDADES

- Tendencias de la industria.
- Cambio en la tecnología y estrategias de mercado.
- Cambios en la política del gobierno relacionados con el campo de la compañía.
- Cambios en los patrones sociales y estilos de vida.
- Eventos locales.

Proceso de análisis general de casos

3. Realizar el análisis FODA.

AMENAZAS

- Obstáculos de la empresa.
- Actividades de los competidores.
- Estándares de calidad de productos y servicios.
- Amenaza de las tecnologías cambiantes.
- Problemas financieros / de flujo de caja.
- Debilidad que amenaza el negocio.

Proceso de análisis general de casos

3. Realizar el análisis FODA.

- *Puntos a considerar en el análisis.*
- *Se deben utilizar frases precisas y verificables.*
- *Dar prioridad a los puntos, de modo que la gerencia pueda identificar qué paso debe tomarse primero.*
- *Aplicar el análisis en el nivel propuesto.*
- *Asegúrese de que los puntos identificados se lleven a cabo con el proceso de formulación de la estrategia.*
- *Use términos particulares (como USP, Análisis de Competencias Básicas, etc.) para obtener una imagen completa de los análisis.*

Proceso de análisis general de casos

4. *Realizar el análisis PESTEL*

- Es para analizar las situaciones políticas, económicas, socioculturales, tecnológicas, ambientales y legales que pueden proporcionar grandes y nuevas oportunidades a la empresa, y estos factores también pueden amenazar a la empresa.

Sirve para identificar oportunidades comerciales y amenazas.

- Ayuda a evitar actividades y acciones que serán perjudiciales para la compañía en el futuro, incluidos proyectos y estrategias.

Proceso de análisis general de casos

4. *FACTORES PEST*

Políticos

- Próximas elecciones políticas y cambios que sucederán en el país debido a estas elecciones.
- La fuerza de los derechos de propiedad y las reglas de la ley.
- Corrupción y los crímenes organizados.
- Cambio en la legislación y los efectos fiscales en la empresa.
- Tendencia de regulaciones y desregulaciones.
- Efectos del cambio en las regulaciones comerciales.

Proceso de análisis general de casos

4. *FACTORES PEST*

Económicos

- Posición y tendencia de la economía actual, es decir, creciente, estancado o en declive.
- Las fluctuaciones de los tipos de cambio y su relación con la empresa.
- Cambio en el nivel de ingreso disponible del cliente y su efecto.
- Fluctuación en la tasa de desempleo y su efecto en la contratación de empleados calificados
- Acceso a crédito y préstamos.
- Efecto de la globalización en el entorno económico.

Proceso de análisis general de casos

4. *FACTORES PEST*

Socio-culturales

- Cambio en la tasa de crecimiento de la población y factores de edad.
- Efecto en la organización debido al cambio en las actitudes y los cambios generacionales.
- Estándares de salud, educación y niveles de movilidad social.
- Los patrones de empleo, la tendencia del mercado laboral y la actitud hacia el trabajo según los diferentes grupos de edad.
- Actitudes sociales y tendencias sociales, cambio en la cultura socioeducativa y efectos.

Proceso de análisis general de casos

4. *FACTORES PEST*

Tecnológicos

- Cualquier nueva tecnología que la compañía esté usando
- Cualquier nueva tecnología en el mercado que pueda afectar el trabajo, la organización o la industria.
- Acceso de los competidores a las nuevas tecnologías y su impacto en el desarrollo de sus productos / mejores servicios.
- Áreas de investigación de institutos gubernamentales y educativos en los que la compañía puede hacer cualquier esfuerzo.
- Cambios en la infraestructura y sus efectos en el flujo de trabajo.

5 fuerzas de Porter

5. Análisis de las fuerzas de Porter

- Para analizar la estructura de una empresa y su estrategia corporativa, se utiliza el modelo de cinco fuerzas de Porter.
- Juegan un papel importante en la configuración del mercado y la industria.
- Se utilizan para medir la intensidad de la competencia y la rentabilidad de una industria y mercado.
- Estas fuerzas se refieren al micro ambiente y la capacidad de la compañía para servir a sus clientes y obtener ganancias.

5 fuerzas de Porter

Poder de negociación de los compradores

Se trata de la capacidad de los clientes para bajar los precios. Principalmente consiste en la importancia de un cliente y el nivel de costo si un cliente cambia de un producto a otro.

El poder del comprador es alto si hay muchas alternativas disponibles.

Los siguientes factores influyen en el poder de compra de los clientes:

- Capacidad de negociación
- Costo de cambio de un comprador
- Sensibilidad del precio del comprador
- Ventaja competitiva del producto de la compañía

5 fuerzas de Porter

Poder de negociación de los proveedores

Se refiere a la capacidad del proveedor de aumentar y disminuir los precios.

Si hay pocas alternativas o proveedores disponibles, esto amenazará a la compañía y tendría que comprar su materia prima en los términos del proveedor.

Sin embargo, si hay muchos proveedores alternativos, los proveedores tienen un bajo poder de negociación y la empresa no tiene que enfrentar altos costos de cambio.

Los factores potenciales son los siguientes:

- Diferenciación de entrada
- Impacto del costo en la diferenciación
- Fortaleza de los centros de distribución
- La disponibilidad del sustituto de entrada.

5 fuerzas de Porter

Grado de rivalidad

Cuanto menos dinero y recursos se requieren para entrar en cualquier industria, más grandes serán los incentivos para nuevos competidores.

También se debilitará la posición de la compañía.

Los siguientes son los factores potenciales que influenciarán la competencia de la compañía:

- Ventaja competitiva.
- Innovación continua.
- Posición sostenible en ventaja competitiva.
- Nivel de publicidad.
- Estrategia competitiva.

5 fuerzas de Porter

Amenaza de nuevos entrantes

Como la industria tiene grandes ganancias, muchos nuevos participantes intentarán ingresar al mercado.

Los nuevos participantes eventualmente causarán una disminución en las ganancias generales de la industria.

Es necesario bloquear a los nuevos participantes en la industria.

- Barreras a la entrada que incluyen derechos de copia y patentes.
- Alto requerimiento de capital.
- Políticas restringidas del gobierno.
- Coste de transferencia.
- Acceso a proveedores y distribuciones.
- La lealtad del cliente a las marcas establecidas.

5 fuerzas de Porter

Amenaza de sustitutos

Si los bienes y servicios no están a la altura del estándar, los consumidores pueden usar sustitutos y alternativas que no requieren ningún esfuerzo adicional y no hacen una gran diferencia. Los factores potenciales:

- Precio del sustituto.
- Cambio de costos del comprador.
- Productos sustitutos disponibles en el mercado.
- Reducción de calidad.
- La sustitución cercana esta disponible.

Proceso de análisis general de casos

6. Análisis VRIO

Identifica los cuatro atributos principales que ayudan a la organización a obtener ventajas competitivas.

Debe haber algunos recursos y capacidades en una organización que puedan facilitar la ventaja competitiva para la empresa. Los cuatro componentes del análisis de VRIO se describen a continuación:

Proceso de análisis general de casos

7. Generar alternativas de solución

- Generar una solución del problema y las alternativas que una empresa puede aplicar para resolver sus problemas.
- Identificar una solución realista que pueda ser operada en la empresa, con todas sus limitaciones y oportunidades.
- No es aceptable proporcionar dos alternativas indeseables para que el otro sea atractivo.
- Una vez que se hayan generado las alternativas se debe evaluar las opciones y seleccionar la solución adecuada y viable para la empresa.

Proceso de análisis general de casos

8. Seleccionar alternativas de solución

Los criterios son las siguientes:

- **Mejorar la rentabilidad.**
- **Aumentar las ventas, las cuotas de mercado, el rendimiento de las inversiones.**
- **La satisfacción del cliente.**
- **Imagen de marca.**
- **Misión corporativa, visión y estrategia**
- **Recursos y capacidades**

Proceso de análisis general de casos

Se seleccionará aquella alternativa que presente un mejor desempeño y sus razones válidas. Las alternativas deberán estar relacionadas con la definición del problema.

9. Recomendación

Solo debe haber una recomendación para mejorar las operaciones de la compañía y su crecimiento o resolver sus problemas. La decisión que se toma debe estar justificada y ser viable para resolver los problemas.

ACTIVIDAD

- Leer el caso de Netflix Parte 1 (esta en la página del curso).
- Trabajar en equipos de 3 integrantes
- Hacer una presentación con los siguientes elementos.
 1. Identificar los **problemas/síntomas** de la empresa.
 2. Realizar el FODA
 3. Análisis PESTEL
 4. Análisis de las Fuerzas de Porter
 5. Proponer alternativas de solución
 6. Realizar recomendaciones

ACTIVIDAD

25 de julio 2025

Caso 2

NETFLIX

- 1.- ¿Cuál es la estrategia de la compañía?
- 2.- ¿Cuáles son sus objetivos de crecimiento futuro?
- 3.- ¿Qué motivo a Netflix, el dividir su negocio en Qwikster y en Netflix para el streaming?
- 4.- Analiza las tendencias históricas en el desempeño financiero de Netflix y en las tasas de crecimiento de los suscriptores.
- 5.- Extraer conclusiones principales de los anexos 1 a 9
- 6.- Hacer un análisis de los competidores de Netflix usando el anexo 10.
- 7.- Complete el anexo 3 con datos hasta la fecha.

Actividad 1



- Buscar un ejemplo de una empresa que recientemente haya cambiado su estrategia.
- Identifique si este cambio fue el resultado de un proceso de planificación formal o si fue un evento emergente respuesta a eventos imprevistos que ocurren en el entorno de la empresa.

Actividad 2



1. Hacer una breve descripción de la historia de la compañía y trace la evolución de su estrategia.
2. Intentar determinar si la evolución estratégica de su empresa es el producto de las estrategias previstas, estrategias emergentes, o alguna combinación de ambas.
3. Identifica la misión y los principales objetivos de la empresa.
4. Haga un análisis preliminar de las fortalezas y debilidades internas de la empresa y las oportunidades y las amenazas que enfrenta en su entorno.
5. Sobre la base de este análisis, identifique las estrategias que crees que la empresa debería seguir.
6. ¿Quién es el CEO de la compañía? Evaluar las capacidades de liderazgo del CEO.

Actividad 3



1. Encuentre un ejemplo de una industria que se ha vuelto más competitiva en los últimos años. Identifica los motivos del aumento de la presión competitiva.
2. Analice el entorno industrial en el que se basa su empresa utilizando la información que ya ha reunido:
3. Aplicar el modelo de fuerzas competitivas a la industria en la que se basa su empresa.
4. ¿Hay algún cambio que tenga lugar en el macroambiente que pueda tener un impacto, positivo o negativo, en la industria en la que se basa su empresa? Si es así, ¿cuáles son estos cambios y cómo podrían afectar la industria?

ACTIVIDAD

- Cada uno de ustedes deberá presentar sus avances de las actividades 1 a la 3.