

Determinación de Entornos Genéricos

Entornos	Indicador	Característica	SI	NO
Especializados	Tamaño Ventaja	Grande		
	Fuentes de Ventaja	Muchas		
	Barreras de Acceso	Alta		
	Posibilidad de Segmentación	Alta		
	Importancia de la cuota de Mercado	Baja		
	Modelo Negocios	Productos de Lujo		
Entornos	Indicador	Característica	SI	NO
Volumen Concentrados	Tamaño Ventaja	Grande		
	Fuentes de Ventaja	Pocas		
	Barreras de Acceso	Alta		
	Posibilidad de Segmentación	Baja		
	Importancia de la cuota de Mercado	Alta		
	Modelo Negocios	Bancos, Supermercados, Celular		
Entornos	Indicador	Característica	SI	NO
Estancados o competitivos	Tamaño Ventaja	Pequeño		
	Fuentes de Ventaja	Pocas		
	Barreras de Acceso	Baja		
	Posibilidad de Segmentación	Baja		
	Importancia de la cuota de Mercado	Alta		
	Modelo Negocios	Comodities, agrícolas, ganaderas		
Entornos	Indicador	Característica	SI	NO
Fragmentados	Tamaño Ventaja	Pequeño		
	Fuentes de Ventaja	Muchas		
	Barreras de Acceso	Baja		
	Posibilidad de Segmentación	Alta		
	Importancia de la cuota de Mercado	Baja		
	Modelo Negocios	Peluquerías, Comercio, Pub		