

DIVERSIFICACIÓN

La empresa crece buscando nuevos productos o nuevos mercados. La **diversificación** puede ser:

- **Diversificación horizontal.** Cuando el nuevo producto o mercado mantiene alguna relación tecnológica o comercial con los existentes: Comercialización de productos nuevos en mercados similares. Las sinergias de comercialización o tecnológico-productivas son algunas de sus ventajas.
- **Diversificación vertical** (también conocida como integración vertical). La empresa lleva a cabo etapas productivas que preceden o suceden a sus actividades originales: Extensión de actividades hacia proveedores (hacia atrás) y/o intermediarios (hacia delante). Aunque, como en el caso anterior, se generan sinergias tecnológico-productivas, hay que tener en cuenta que esta estrategia aumenta nuestro compromiso / dependencia con un determinado sector.
- **Diversificación heterogénea** (también conocida como no relacionada). Consiste en utilizar un nuevo mix producto-mercado no mantiene ningún tipo de relación con la actividad principal. Diversificación sin ninguna conexión con lo realizado hasta el momento:

La diversificación puede ser: horizontal, vertical y heterogénea

En síntesis, las estrategias de crecimiento se pueden sintetizar, de manera sencilla, en el siguiente cuadro (Ansoff, 1976):

		PRODUCTO	
		Actual	Nuevo
MERCADO	Actual	Expansión	Diversificación de producto
	Nuevo	Diversificación de mercado	Diversificación de producto y de mercado