



**UNIVERSIDAD DEL SURESTE
ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS
ADMINISTRACION ESTRATEGICA
MYREILLE ERENDIRA RODRIGUEZ
ALEJANDRO LOPEZ MARTINEZ**

17 de septiembre de 2020

MICHAEL PORTER

Definición

Es una estrategia sistemática para determinar la rentabilidad de un sector en específico, normalmente con el fin de evaluar el valor y la proyección futura de empresas o unidades de negocio que operan en dicho sector

Ventajas competitivas

- El poder de negociación con los clientes: es la presión que pueden ejercer los consumidores sobre las empresas para conseguir que se ofrecen productos de mayor calidad, mejor servicio al cliente, y precios más bajos.
- El poder de negociación con los proveedores: como la capacidad superior que poseen estos agentes económicos a la hora de vender insumos, materias primas, bienes o servicios a las empresas
- La amenaza de nuevos competidores: se refiere a las barreras de entrada de nuevos productos/competidores. Cuanto más fácil sea entrar, mayor será la amenaza.
- La amenaza de productos sustitutos o alternativos: se refiere a todos los productos o servicios que se dedican a lo mismo, por ejemplo el transporte público, el Uber con el taxi, que compiten con las combis y los autobuses, etc.
- La rivalidad entre competidores ya existentes: define la rentabilidad de un sector: cuántos menos competidores se encuentren en un sector, normalmente será más rentable económicamente y viceversa

Factores de F1

- Concentraciones del comprador a la relación de concentración firme
- Grado de dependencia de los canales de distribución existentes.
- Apalancamiento de negociación, particularmente en industrias con altos costos fijos
- Costes de cambio del comprador
- Disponibilidad de información al comprador
- Disponibilidad de productos sustitutos existentes.
- Sensibilidad al precio del comprador
- Ventaja diferencial (singularidad) de productos de la industria.
- Análisis RFM (valor del cliente)

Factores de F2

- Cantidad de proveedores en la industria.
- Poder de decisión en el precio por parte del proveedor.
- Nivel de organización de los proveedores
- Nivel de poder adquisitivo.

Barreras de entrada F3

- Economías de escala
- Diferenciación del producto
- Inversiones de capital
- Desventaja en costes independientemente de la escala
- Acceso a los canales de distribución
- Política gubernamental
- Integración vertical

Factores de f4

- Propensión del comprador a sustituir.
- Precios relativos de los productos sustitutos.
- Costo o facilidad del comprador.
- Nivel percibido de diferenciación de producto o servicio.
- Disponibilidad de sustitutos cercanos.
- Suficientes proveedores.

Barreras de entrada F5

- Gran número de competidores
- Costos fijos
- Falta de diferenciación
- Competidores diversos
- Barreras de salidas..