



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS

ADMINISTRACION ESTRATEGICA

MYREILLE RODRIGUEZ

SERGIO EDUARDO LUCATERO

MICHAEL PORTER

Presenta una nueva teoría sobre cómo interactúan naciones y regiones, así como sobre sus fuentes de prosperidad económica. ... También ha dedicado atención a la competitividad de estados, provincias y otras regiones subnacionales

VENTAJAS COMPETITIVAS

El poder de negociación con los clientes: Ocurre cuando el cliente se organiza con otros y se ponen de acuerdo en cuanto a los precios que están dispuestos a pagar y son una amenaza

Poder de negociación de los proveedores: tienen la ventaja de subir precios dependiendo de cuanto demanda tenga el producto o servicio

Amenaza de nuevos competidores entrantes: va dependiendo de que tipo de producto sea, si es poco laborioso la competencia crece, dependiendo la dificultad del producto

Amenaza de productos sustitutos: la mayoría de los productos son sustituidos por los mismos productos de otras industrias con menor o mejor calidad, están en constante rivalidad

Rivalidad entre los competidores: esta compuesta de todo tipo de productos o servicio que busca sobre salir en un mercado en específico

FACTORES 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 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 F3

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

FACTORES 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 F5

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