

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

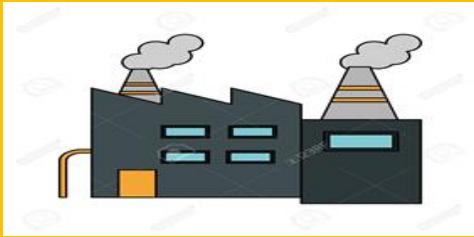
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

MYREILLE ERENDIRA
RODRIGUEZ ALFONZO

SÚPER NOTA

CARLOS MANUEL AGUILAR HIDALGO

INDUSTRIA



grupo de compañías que ofrecen productos o servicios que son sustitutos cercanos entre sí, es decir, que satisfacen las mismas necesidades básicas de los clientes

SEGMENTOS DE MERCADO



grupos de clientes de un mercado que se pueden diferenciar entre sí con base en sus diferentes atributos y demandas específicas

CINCO FUERZAS DE PORTER



1. Riesgo de entrada de los competidores potenciales
2. intensidad de la rivalidad entre las compañías establecidas en una industria
3. poder de negociación de los compradores
4. poder de negociación de los proveedores
5. cercanía de los sustitutos para los productos que ofrece una industria

ANÁLISIS EXTERNO



La meta es entender las oportunidades y amenazas a las que se enfrenta la empresa y usar este conocimiento para identificar las estrategias que le permiten superar a sus rivales

GRUPOS ESTRATÉGICOS



tiene varias consecuencias para la identificación de oportunidades y amenazas en una industria

MACROAMBIENTE



1. Fuerzas macroeconómicas
2. Fuerzas globales
3. Fuerzas tecnológicas
4. Fuerzas demográficas
5. Fuerzas sociales
6. Fuerzas políticas y legales

FUERZAS MACROECONÓMICAS



afectan la salud y bienestar general de una nación o la economía regional de una organización, lo cual a su vez influye en la capacidad de las compañías e industrias para obtener una tasa de rendimiento adecuada

FUERZAS GLOBALES



el sistema económico mundial. se han derrumbado las barreras para el comercio internacional y la inversión, y que cada vez más países disfrutaran del crecimiento económico sostenido

CICLOS DE VIDA INDUSTRIALES



1. Embrionarias
2. en crecimiento
3. de despliegue
4. maduros
5. declive

INNOVACIÓN Y CAMBIO



es el principal factor en la evolución de la industria y ocasiona el movimiento a través del ciclo de vida de ésta

