



**Nombre del alumno: CARPIO AGUILAR
MAXIMILIANO**

Nombre del trabajo: mapa conceptual

Materia: administracion estrategica

Grado: 7° cuatrimestre

Grupo: turismo

Comitán de Domínguez Chiapas a 16 de septiembre de 2020.

Ventaja competitiva de Michael Porter

Michael Porter sostiene en su primer libro "Estrategia Competitiva" que el potencial de rentabilidad de una empresa viene definido por cinco fuerzas:

1. Poder de negociación de los clientes
Porter considera que cuanto más se organicen los consumidores, más exigencias y condiciones impondrán en la relación de precios, calidad o servicios.

Ante una amenaza se puede recurrir a diversas estrategias como:
Aumentar la inversión en marketing y publicidad/Mejorar los canales de venta
Incrementar la calidad del producto y/o servicio o reducir su precio
Proporcionar un nuevo valor añadido

3. Amenaza de nuevos competidores entrantes
Si las barreras de entrada a una industria no son muy accesibles, entonces, no es atractiva. La amenaza está en que pueden llegar otras empresas con los mismos productos y nuevos recursos que se añaden de esa parte del mercado.

En este sentido, las barreras más importantes para preservar nuestra cuota de mercado son:
Economías de escala: las grandes compañías logran niveles de producción mucho mejor que las más pequeñas y esto trae como consecuencia una reducción en los costes.
Diferenciación del producto
Inversiones de capital
Acceso a los canales de distribución para que el cliente pueda consumir el producto final.

2. Poder de negociación de los proveedores
Cuando los proveedores cuentan con mucha organización dentro de su sector, recursos relevantes y condiciones sobre precios y tamaños de los pedidos, es cuando hacen un mercado más atractivo.

Algunas de las estrategias a seguir para no depender de un solo proveedor o encontrar mejores opciones son:
Aumentar nuestra cartera de proveedores.
Establecer alianzas a largo plazo con ellos.
Pasarse a fabricar nuestra propia materia prima.

4. Amenaza de nuevos productos sustitutos
Un mercado o segmento no será atractivo si hay productos sustitutos o cuando son más avanzados tecnológicamente o presentan precios más bajos. Estos productos y/o servicios suponen una amenaza porque suelen establecer un límite al precio que se puede cobrar por un producto.

Para combatirlo proponemos algunas estrategias:
Mejorar los canales de venta
Aumentar la inversión del marketing
Incrementar la calidad del producto o reducir su coste.
Diversificar la producción hacia posibles productos sustitutos.

5. Rivalidad entre los competidores: la rivalidad aumenta si los competidores son muchos, están muy bien posicionados o tienen costes fijos, entre otros factores. En estos casos, se trataría de mercados poco atractivos.

Ante la rivalidad entre competidores es conveniente:
Aumentar la inversión del marketing
Incrementar la calidad del producto
Reducir nuestros costes fijos
Asociarse con otras organizaciones
Proporcionar un valor añadido a nuestros clientes
Mejorar la experiencia de usuario

¿Qué es una ventaja competitiva?

Una empresa posee una ventaja competitiva cuando tiene una ventaja única y sostenible respecto a sus competidores, y dicha ventaja le permite obtener mejores resultados y, por tanto, tener una posición competitiva superior en el mercado.

aspectos clave:

Las empresas pueden tener ciertas ventajas sobre otras compañías, pero para que realmente una ventaja sea considerada como ventaja competitiva, deberá cumplir con los siguientes requisitos:

Resultados

Para saber que realmente estamos delante de una verdadera ventaja competitiva, es necesario que ésta le permita obtener a la empresa mejores resultados (ventas, rentabilidad, clientes...) que sus competidores.

Resultados

Para saber que realmente estamos delante de una verdadera ventaja competitiva, es necesario que ésta le permita obtener a la empresa mejores resultados (ventas, rentabilidad, clientes...) que sus competidores.

Difícil de imitar

Si nuestra ventaja está sustentada por unas características, que son fácilmente imitables por nuestra competencia, serán copiadas a corto plazo y dejaremos de poseer una ventaja sobre ellos.