



Nombre de alumno:

Nelson Levi Solís Hernández

Nombre del profesor:

Myreille Rodríguez

Nombre del trabajo:

Súper nota

Materia:

Administración estratégica

Grado:

Séptimo cuatrimestre

Grupo: A

**ANÁLISIS EXTERNO:
IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y
AMENAZAS**

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

RIVALES

aquellos que atienden las mismas necesidades básicas del cliente

Para identificar la industria en la que compite una compañía, empezar por buscar las necesidades básicas del cliente que atiende su compañía. deben tener una perspectiva de su negocio orientada hacia el cliente, contraria a la perspectiva orientada hacia el producto.



Industria y sector

Un sector es un grupo de industrias muy relacionadas.

Las industrias de un sector se pueden relacionar entre sí de diversas formas.

Industria y segmentos de mercado

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



Michael E. Porter y el el modelo de las cinco fuerzas:

fuerzas que conforman la competencia en una industria:

- 1 riesgo de que entren nuevos competidores
- 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 la cercanía de los sustitutos para los productos que ofrece una industria.



Riesgo de entrada de los competidores potenciales

son compañías que actualmente no rivalizan en una industria pero que tienen capacidad para hacerlo si así lo deciden.

El riesgo de que entren competidores potenciales es una función de la altura de las barreras que impiden la entrada, es decir, de los factores que elevan los costos para que las compañías ingresen en una industria.

Rivalidad entre las compañías establecidas

La lucha competitiva se puede basar en precios, diseño del producto, gastos de publicidad y promoción, esfuerzos de ventas directas y servicio y apoyo después de las ventas.

Demanda de la industria

La demanda creciente tiende a reducir la rivalidad porque todas las compañías pueden vender más sin restar participación de mercado a otras compañías.

Condiciones de los costos

Los costos fijos se deben considerar antes de que las empresas hagan una sola venta.



Barreras para evitar salida

son factores económicos, estratégicos y emocionales que impiden a las compañías abandonar una industria.

barreras para evitar las salida comunes

- Inversiones en activos como máquinas específicas
- elevados costos fijos de salida
- adhesión emocional a una industria
- Dependencia económica de la industria
- necesidad de mantener una colección de activos caros en cierto nivel mínimo

Grupos estratégicos en las industrias

en casi todas las industrias se pueden observar grupos de compañías en los que cada una sigue un modelo de negocios similar al que intentan aplicar otras que forman parte del grupo, aunque diferente del modelo de negocios que siguen compañías de otros grupos.



Las compañías siguen un modelo de negocios semejante, los clientes tienden a ver sus productos como sustitutos directos entre sí.

los competidores más cercanos de una compañía se encuentran en su grupo estratégico.

La amenaza más inmediata a la rentabilidad de una compañía proviene de rivales que conforman su grupo estratégico.



Macroambiente

Los cambios en las fuerzas del macroambiente pueden influir directamente en alguna o todas las fuerzas del modelo de Porter, lo cual altera su potencia relativa y, con ello, el aspecto atractivo de una industria.



Los cuatro factores más importantes del macroambiente son la tasa de crecimiento de la economía, las tasas de interés, los tipos de cambio de divisas y los índices de inflación

Las tasas de cambio de divisas definen el valor de diversas monedas nacionales entre sí

El movimiento de la tasa de cambio de divisas influye directamente en la competitividad de los productos de una compañía en el mercado internacional



La inflación de precios puede desestabilizar la economía y generar un crecimiento económico más lento, tasas de interés más altas y movimientos volátiles de divisas.



La deflación de precios también tiene un efecto desestabilizador en la actividad económica.



Si los precios se contraen, aumenta el costo real de los pagos fijos.

Si la inflación sigue en aumento, la planeación de inversiones se convierte en un asunto riesgoso.