

**Nombre de alumno: Paulina
Cárdenas Guillén**

**Nombre del profesor: Myreille
Rodríguez Alfonso**

**Nombre del trabajo: mapa
conceptual**

PASIÓN POR EDUCAR

**Materia:
Administración Estratégica**

Grupo: Turismo

Ventajas competitivas de M. Porter

Las 5 fuerzas definen la estructura de rentabilidad de un sector al determinar como se distribuye el valor económico que crea

.Proveedores

Competencia en el mercado

Nuevos entrantes

Clientes

Sustitutos

F1: Poder de negociación de los compradores o clientes.

Factores:

Grado de dependencia de los canales de distribución existente, costos de cambio del comprador, disponibilidad de información del comprador, disponibilidad de productos sustitutos existentes, sensibilidad al precio del comprador, ventaja diferencial de productos de la industria, análisis del valor del cliente.

F2: Poder de negociación de los proveedores o vendedores

Factores:

1. Cantidad de proveedores en la industria,
2. poder de decisión en el precio por parte del proveedor,
3. nivel de organización de los proveedores,
4. nivel de poder adquisitivo.

Las 3 fuerzas de competencia horizontal:

Amenaza de productos sustitutos

Amenaza de nuevos entrantes

Competidores de la industria

F3: Amenaza de nuevos competidores entrantes

Dos fuerzas de competencia vertical

El poder de negociación de los proveedores

Economías de escala, diferenciación del producto, inversiones de capital, desventaja de costos independientemente de la escala, acceso a los canales de distribución, política gubernamental, integración vertical.

El poder de negociación de los clientes

F5: Barreras: Gran número de competidores, costos fijos, falta de diferenciación, competidores diversos, barreras de salida.

F4: Amenaza de productos sustitutos: Precios relativos de los productos sustitutos, costo o facilidad del comprador, disponibilidad de sustitutos cercanos, suficientes proveedores.