MAPA CONCEPTUAL

Nombre del Alumno: DIEGO IGNACIO CRIASTIANI RAMOS

Nombre del tema: UNIDAD 2

Parcial: 2

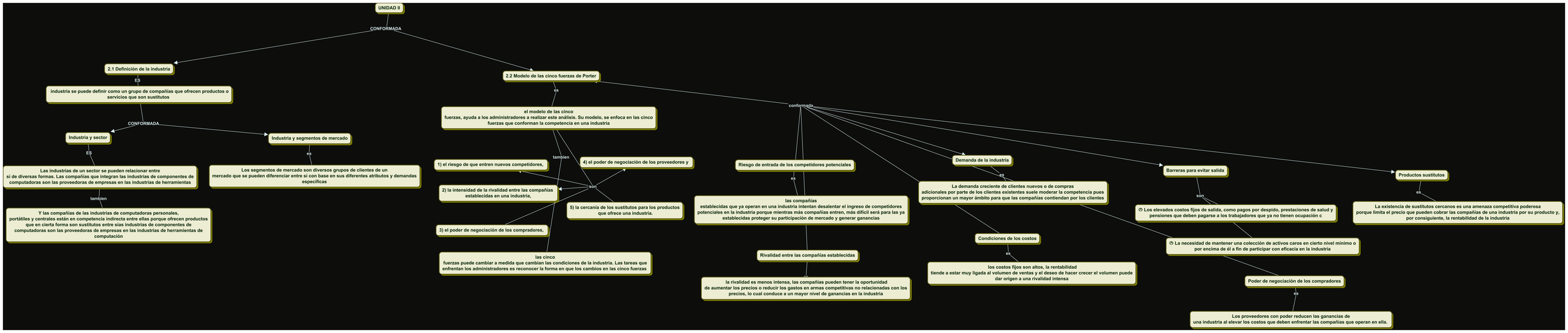
Nombre de la Materia: ADMINISTRACION ESTRATEGIA

Nombre del profesor: **MYREILLE ERENDIRA**

Nombre de la Licenciatura: ADMINISTRACION Y ESTRATEGIAS DE NEGOCIO

Cuatrimestre: 7

09/10/21


UNIDAD II
CONFORMADA
2.1 Definición de la industria
ES
Industria se puede definir como un grupo de compañías que ofrecen productos o servicios que son sustitutos
CONFORMADA
Industria y sector
ES
Las industrias de un sector se pueden relacionar entre si de diversas formas. Las compañías que integran las industrias de componentes de computadoras son las proveedoras de empresas en las industrias de herramientas
tambien
Y las compañías de las industrias de computadoras personales, portátiles y centrales están en competencia indirecta entre ellas porque ofrecen productos que en cierta forma son sustitutos entre sias industrias de componentes de computadoras son las proveedoras de empresas en las industrias de herramientas de computación
Industria y segmentos de mercado
es
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 especificas
2.2 Modelo de las cinco fuerzas de Porter
es
el modelo de las cinco fuerzas, ayuda a los administradores a realizar este análisis. Su modelo, se enfoca en las cinco fuerzas que conforman la competencia en una industria
tambien
son
1) el riesgo de que entren nuevos competidores,
2) la intensidad de la rivalidad entre las compañías establecidas en una industria,
3) el poder de negociación de los compradores,
4) el poder de negociación de los proveedores y
5) la cercanía de los sustitutos para los productos que ofrece una industria.
las cinco fuerzas puede cambiar a medida que cambian las condiciones de la industria. Las tareas que enfrentan los administradores es reconocer la forma en que los cambios en las cinco fuerzas
conformada
Riesgo de entrada de los competidores potenciales
es
las compañías establecidas que ya operan en una industria intentan desalentar el ingreso de competidores potenciales en la industria porque mientras más compañías entren, más difícil será para las ya establecidas proteger su participación de mercado y generar ganancias
Rivalidad entre las compañías establecidas
es
la rivalidad es menos intensa, las compañías pueden tener la oportunidad de aumentar los precios o reducir los gastos en armas competitivas no relacionadas con los precios, lo cual conduce a un mayor nivel de ganancias en la industria
Demanda de la industria
es
La demanda creciente de clientes nuevos o de compras adicionales por parte de los clientes existentes suele moderar la competencia pues proporcionan un mayor ámbito para que las compañías contiendan por los clientes
Condiciones de los costos
es
los costos fijos son altos, la rentabilidad tiende a estar muy ligada al volumen de ventas y el deseo de hacer crecer el volumen puede dar origen a una rivalidad intensa
Barreras para evitar salida
son
Los elevados costos fijos de salida, como pagos por despido, prestaciones de salud y pensiones que deben pagarse a los trabajadores que ya no tienen ocupación c
La necesidad de mantener una colección de activos caros en cierto nivel mínimo o por encima de él a fin de participar con eficacia en la industria
Poder de negociación de los compradores
es
Los proveedores con poder reducen las ganancias de una industria al elevar los costos que deben enfrentar las compañías que operan en ella.
Productos sustitutos
es
La existencia de sustitutos cercanos es una amenaza competitiva poderosa porque limita el precio que pueden cobrar las compañías de una industria por su producto y, por consiguiente, la rentabilidad de la industria