



Nombre de alumno: Mario Paolo  
Solano Hdez

Nombre del profesor: Gerardo  
Garduño

Nombre del trabajo: Super Nota

Materia: Administración estratégica

Grado: 7mo cuatrimestre.

Comitán de Domínguez Chiapas a 16 de octubre de 2022

# ANÁLISIS EXTERNO

## IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

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.

### La 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.

### EMPRESA INDUSTRIAL



Es una sociedad mercantil que compra bienes o extrae materias primas y los vende previa transformación.



Se clasifican mayormente, en extractivas y manufactureras.



Utilizan maquinaria, herramientas o tecnología en su proceso de transformación.



Se sitúan en zonas que facilitan la entrada y salida de productos.

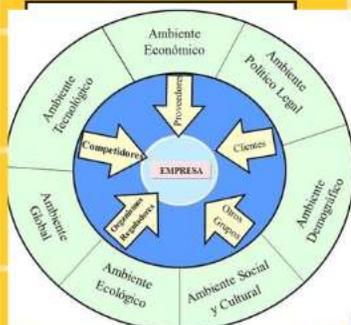
- Amenaza de nuevos competidores
- Poder de negociación de proveedores
- Poder de negociación de clientes
- Rivalidad entre competidores existentes
- Amenaza de productos sustitutos

### Modelo de las cinco fuerzas de Porter

Modelo analítico que ayuda a los profesionales del marketing y directores comerciales a observar el «equilibrio de poder» en un mercado entre diferentes empresas y a analizar el atractivo y la rentabilidad potencial de un sector empresarial.

### Grupos estratégicos en las industrias

Se denomina grupo estratégico pues hablamos de un conjunto de compañías que, dentro de un mismo sector, siguen estrategias similares entre ellas, muy distintas a las del resto.



### El macroambiente

Es el entorno que le rodea y le influye, pero sobre el que no puede actuar. Es decir, aquellos factores que pueden afectar a su producción de forma externa y sin posibilidad de ser modificados por la propia organización.

### Análisis de los ciclos de vida industriales

Serie de etapas que atraviesa una industria o empresa en el mercado. Este ciclo está compuesto de cuatro etapas, desde la introducción hasta el declive. La duración de las mismas no está definida y puede variar considerablemente entre industrias, incluso del mismo sector.

