



Mi Universidad

Súper nota

Nombre del Alumno: Alexa Gabriela Rodríguez Galindo

Nombre del tema: Administración estratégica

Parcial: 3ª unidad

Nombre de la Materia: Organización y estrategias empresariales

Nombre del profesor: Salomón Vázquez

Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategia de negocios

Cuatrimestre: 6ª

Fecha: 04 de Julio del 2024

Administración estratégica

Análisis externo: Entorno general y específico

Oportunidades y amenazas

Una oportunidad es la circunstancia favorable del ambiente global que, si la empresa la sabe explotar, puede ser competitiva y alcanzar la mejora continua.



La amenaza o riesgo es una circunstancia desfavorable del ambiente global que puede perjudicar los esfuerzos de la empresa para ser competitiva y no alcanzar la mejora continua.



Modelo de las 5 fuerzas

El profesor Michael E. Porter, de Harvard Business School, investigó y demostró que el estado de la competencia del ámbito empresarial es una mezcla de cinco fuerzas competitivas:

- ♦ Antagonismo entre vendedores rivales.
- ♦ Ingreso potencial de nuevos competidores.
- ♦ Intentos mercadológicos de algunas compañías de otras empresas para atraer a los clientes hacia sus productos sustitutos.
- ♦ Presiones competitivas emanadas de la colaboración y negociación entre proveedores y vendedores.
- ♦ Presiones competitivas que surgen de la colaboración y negociación entre vendedores y compradores.



El antagonismo entre vendedores y rivales

En el ámbito empresarial existen varios factores comunes que influyen en el movimiento de la rivalidad entre las empresas en competencia; estos pueden ser los siguientes:

- La rivalidad se identifica a medida que se incrementa el número de competidores
- La rivalidad es más intensa cuando las condiciones del ámbito empresarial influyen en los compradores para ampliar reducciones de precios u otras opciones competitivas,
- La rivalidad es más poderosa cuando al cliente no le resulta costoso cambiar de marca

La rivalidad tiende a ser más intensa cuando es más peligroso salir de un negocio que permanecer y competir.

-> La rivalidad se incrementa cuando empresas poderosas, ajenas al ámbito empresarial, adquieren compañías débiles de tal ámbito e inician medidas agresivas o bien fundamentadas con el fin de transformar a las recién compradas en importantes competidores en el mercado



El ingreso potencial de nuevos Competidores

Cuando hay nuevos competidores que ingresan en el mercado con una nueva y mayor capacidad de producción, mayores recursos para competir y capacidad en todos los aspectos, existe una amenaza competitiva preocupante, que depende de dos clases de factores: las variables para el ingreso y la reacción esperada de las empresas afectadas por el nuevo ingreso.



Presiones competitivas de productos sustitutos

La existencia de sustitutos invita a los clientes a comparar calidad, características, desempeño, facilidad de uso, así como el precio y otros atributos. La competencia de los productos o servicios sustitutos motiva a los participantes del ámbito empresarial a multiplicar sus esfuerzos para convencer a los clientes de que sus productos o servicios tienen atributos superiores a los de los sustitutos.



Presiones competitivas que emanan del poder

Los compradores pueden tener cierto grado de poder para negociar bajo las siguientes condiciones. • Si los costos de los compradores de cambiar a marcas o sustitutos competitivos son relativamente bajos. • Si el número de compradores es reducido o si un cliente es importante para un vendedor. • Si los compradores están bien informados sobre los productos, precios y costos del vendedor. • Si los compradores plantean una amenaza creíble de una integración hacia atrás que afecte el negocio de los vendedores. • Si los compradores tienen poder discrecional para decidir la compra y la fecha de adquisición del producto.



Factores claves que determinan el éxito o el fracaso competitivo

Los factores clave para el éxito varían de una empresa a otra, de época en época, en la tecnología utilizada, etc. Los directivos necesitan comprender la situación del ámbito empresarial para ver que es prioritario para el éxito competitivo y que es menos importante. Requieren saber qué clase de recursos son competitivamente valiosos. Las empresas que identifican y comprenden sus FCE son significativamente superiores que sus rivales dado que aprovechan las oportunidades para lograr ventaja competitiva.



Bibliografía

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LAN/Oea0b2a5e241a58d08089215a326ba24-LC-LAN604%20ORGANIZACION%20Y%20ESTRATEGIAS%20EM>