

UUDS

Sheyla Paola García Aguilar
Las 5 fuerzas de Porter
Parcial 2
Administración estratégica
Víctor Manuel Martínez Pérez
Administración y estrategias de negocios
cuatrimestre 7

LAS 5 FUERZAS DE PORTER



EL PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES

ES:

El consumidor es una de las fuerzas más potentes a la hora de determinar muchas de las estrategias empresariales. Los clientes tienen hoy la capacidad de exigir más calidad, forzar bajadas de precio o pedir servicios y extras. Generalmente, podemos determinar que los clientes tienen una gran fuerza cuando:

- Son pocos pero comprar en grandes cantidades.
- Cuando los productos del mercado en general son muy parecidos y hay muchos disponibles.
- También cuando para el cliente, el cambio de proveedor o de marca no supone un coste.

EL PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES

ES:

Estos juegan un papel clave en el nivel de competencia de nuestra organización ya que pueden influir directamente en el precio de nuestro producto o servicio así como en la calidad del producto. Contar con una buena cartera de proveedores que revisemos con asiduidad es fundamental para mejorar el posicionamiento dentro de una industria.

SU FUNCION

- **ES:** El grado de concentración de los proveedores
- El coste que supone cambiar de proveedor es elevado
- No existen muchos proveedores que ofrezcan un servicio o producto determinado.

LA AMENAZA DE LOS PRODUCTOS SUSTITUTOS

ES:

Los productos o servicios sustitutos, también llamados de reemplazo son aquellos productos o servicios que pueden satisfacer necesidades muy similares a las de nuestro producto.

La verdadera amenaza sucede cuando:

- Ofrecen mejor calidad
- El coste del cambio no es elevado
- El precios es inferior

SUS FACTORES

- SON:** Barrera de entrada de la industria. Esta expresión, utilizada en estrategia empresarial, apunta al grado de dificultad con la que se encuentra una empresa que quiere entrar en dicha industria.
- Economías de escala. Cuando las economías de escala no son fuertes es más fácil que otros agentes u organizaciones accedan a nuestra industria.

LA AMENAZA DE LOS NUEVOS COMPETIDORES

ES:

Los nuevos competidores que puedan existir o darse en nuestro mercado intentarán copar de forma rápida cuota de mercado. Algunos de ellos pueden ofrecer un valor añadido que no habíamos contemplado. Determinar el número de competidores nuevos y analizar el grado de amenaza que suponen nos ayudará a proteger nuestra cuota de mercado.

- Economías de escala. Cuando las economías de escala no son fuertes es más fácil que otros agentes u organizaciones accedan a nuestra industria.

LA RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES

ES:

La rivalidad existente entre las empresas competidoras de una industria se verá reflejada, entre otras, en la necesidad continua de hacer reajustes o bajadas de precios para mantener la cuota de mercado, o tal vez en el requerimiento de una constante innovación. El modelo de análisis de las 5 fuerzas de Porter valora el grado de rivalidad de los competidores en función de:

- Bajadas de precios
- Estrategia de marketing y campañas de publicidad
- Introducción de nuevos productos

REFERENCIAS:

[HTTPS://ASANA.COM/ES/RESO-URCES/PORTERS-FIVE-FORCES.](https://asana.com/es/reso-urces/porters-five-forces)