



*Nombre del Alumno: Juan Antonio Espinosa Hernández*

*Nombre del tema: Mapa conceptual*

*Parcial: 2*

*Nombre de la Materia: ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA*

*Nombre del profesor: **Víctor Manuel Martínez Pérez***

*Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategias de Negocios*

*Cuatrimestre: **7***

# Las 5 fuerzas de Porter

## El poder de negociación de los clientes

Hoy más que nunca el consumidor es una de las fuerzas mas potentes ala hora de determinar muchas estrategias empresariales. Los clientes tienen hoy la capacidad de exigir mas 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 negociación de los proveedores

los proveedores 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

el poder de los proveedores en nuestra industria será más o menos determinante en función de:

- 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

los productos o servicios sustitutos también llamados de remplazo son aquellos productos o servicios que pueden satisfacer necesidades muy similares a las de nuestro producto según el modelo de Porter los productos sustitutos se convierten en una fuerza intensa en una verdadera amenaza cuando:

- ofrecen mejor calidad
- el coste del cambio no es elevado
- el precio es inferior



## La amenaza de los nuevos competidores

Los nuevos competidores que pueden existir o darse en nuestro mercado intentaran 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 supone que nos ayudara a proteger nuestra cuota de mercado para saber si la amenaza de nuevos competidores es elevada deberemos tener en cuenta varios factores:

- **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 a menudo esta barrera de entradas están relacionadas con el grado de inversiones necesarias, aunque puede haber otro tipo de barreras legales, fiscales etc.
- **Economías de escala:** Cuando las economías de escala no son fuertes es más fácil que otros agentes u organizaciones acceden a nuestra industria



## La rivalidad entre los competidores existentes

La rivalidad existente entre las empresas competidoras de una industria se vera reflejada entre otras en la necesidad continua de hacer reajustes o bajadas de precios para mantener la cuota de mercado o talvez en ele requerimiento de una constante innovación el modelo 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 jevas productos



