**INTERACTIVIDAD**

Edge 5 / globos

<file:///Volumes/Multimedia_1/Interactividades/Edge/5%20items/globos/globos.html>

Instrucciones: favor colocar este texto en la interactividad indicada. Cada subtítulo es un ítem de la interactividad. El personaje que iría en el home es el siguiente: Image ID:ISS\_10220\_00788

La idea es que en cada texto vaya una especie de “gráfico o cápsula” para mostrar el ejemplo de cada fuerza. Algo muy básico. Esto lo propone el autor.

**Fuerzas de Porter**

1. **Rivalidad entre empresas competidoras:** se considera como la mayor de las fuerzas competitivas. Por lo tanto, las empresas luchan por destacarse, desarrollando ventajas competitivas que les permita diferenciarse en el mercado.

Es el objeto del análisis para competir y la fuente de inspiración para las acciones que realizan las empresas, con el fin de contrarrestar a sus competidores. Una de las causas de la rivalidad entre los competidores, se da por el aumento de la capacidad y el tamaño de los mismos.

**Ejemplo:** Las alianzas que desarrolla Google con Cisco para competir y contrarrestar la ventaja competitiva de Amazon.



1. **Ingreso potencial de nuevos competidores:** los mercados poseen barreras de ingreso dentro de las que se encuentran el desarrollar economías de escala, obtener tecnologías, especializarse y enfocarse en un producto o servicio, desarrollar experiencia, ganarse la lealtad de los consumidores, posicionar una marca, desarrollar **canales de distribución** adecuados, enfrentarse frente a políticas regulatorias y a la falta de acceso a materias primas.

El objetivo en este análisis, es determinar cuáles son las limitantes para ingresar al mercado por parte de las nuevas empresas.

**Ejemplo:** La reglamentación existente en ciertos sectores, dónde el Estado limita el acceso de nuevos competidores desde la normatividad.

****

1. **Desarrollo potencial de productos sustitutos:** un sustituto es un producto que puede satisfacer la misma necesidad, mejorando su desempeño en términos de precio, calidad, condiciones técnicas, lo que obliga a las empresas a valorarles como competidores directos.

Las presiones competitivas se generan por los productos, las presiones en precio que buscan desarrollar en el mercado otras opciones.

**Ejemplo:** Los envases de vidrio, cartón o cualquier material reciclable para las empresas de plásticos.



1. **Capacidad de negociación de los proveedores:** los proveedores determinan la ventaja competitiva, es por ello que algunas organizaciones desarrollan **estrategias de integración hacia atrás** con el fin de desarrollar economías de escala, garantizar calidad en sus productos o servicios y manejar una red de suministro única.

Las ventajas que pueden desarrollar las empresas al manejar sus proveedores: reducir el costo de inventarios y logística, acelerar la disponibilidad de ciertos componentes, mejorar la calidad de las partes y lograr importantes ahorros.

**Ejemplo:** Motorola con Google realizaron una integración vertical hacía atrás para controlar de forma directa la red de suministro, ofertar precios competitivos en el mercado y mejorar la experiencia del usuario.

****

1. **Capacidad de negociación de los consumidores:** los clientes tienen la facultad de negociar las condiciones del mercado, y más aún cuando están asociados, pues desarrollan acciones como: cambiarse a marcas competidoras o sustitutos a un precio reducido; y si son de particular importancia para el vendedor, puede ejercer influencias en tiempo y disponibilidad del producto.

Todo lo anterior porque el cliente está más informado gracias a su acceso a la información digital.

**Ejemplo:** Los desarrollos de las centrales de compra hacen adquisiciones en grupo, comparando precios y ofertas en línea. Un caso particular es el sector textil.

