

5 FUERZAS DE PORTER



e Entrada potencial
Competidores



der de Negociación
los Clientes

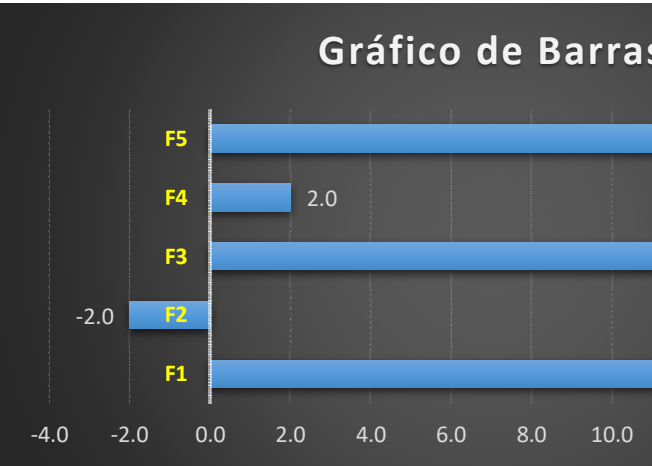
5 FUERZAS DE PORTER

N°	FUERZA	SUB FUERZA
PNC	Poder de negociación de los clientes	Evaluación cuantitativa de la aplicación
		Enganche del cliente
		Atracción de mercados confiables para los clientes
		Nivel de concentración de los clientes
		Disponibilidad de información
		Decisión del cliente por el posicionamiento de la app
PNP	Poder de negociación de los proveedores	Concentración de los proveedores
		Diferenciación de productos
		Influencia en los precios
		Calidad de los productos
ANC	Amenaza de nuevos competidores	Economías de escala
		Nivel de lealtad del cliente hacía marcas existentes
		Estrategías de precios de competidores
		Nivel de impacto de publicidad y promociones
		Innovación de productos
APS	Amenaza de productos sustitutos	Disponibilidad de productos sustitutos
		Posición de productos sustitutos
		Nivel de satisfacción de los productos
		Costo relativo de los productos
		Disponibilidad de información de los productos sustitutos
RCO	Rivalidad de los competidores	Concentración de competidores en la industria
		Número de competidores
		Diversidad de competidores
		Presupuestos en publicidad
		Diferenciación de precios entre el mercado

NIVEL DE IMPACTO	TIPO DE IMPACTO	RESULTADO SUBFACTOR	RESULTADO FACTOR
5	1	5	16.00
5	0	0	
3	1	3	
3	0	0	
5	1	5	
3	1	3	2.00
3	0	0	
1	0	0	
1	1	1	
1	1	1	
5	-1	-5	-2.00
3	-1	-3	
1	1	1	
3	0	0	
5	1	5	
1	1	1	15.00
3	1	3	
5	1	5	
1	1	1	
5	1	5	
3	0	0	14.00
3	1	3	
3	1	3	
5	1	5	
3	1	3	

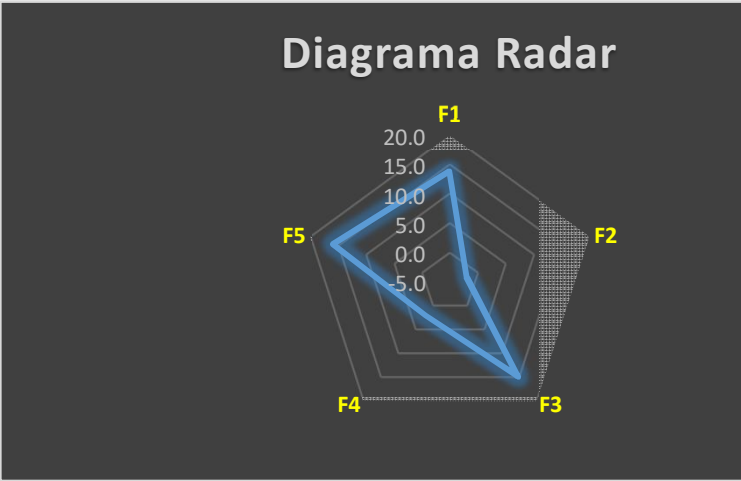
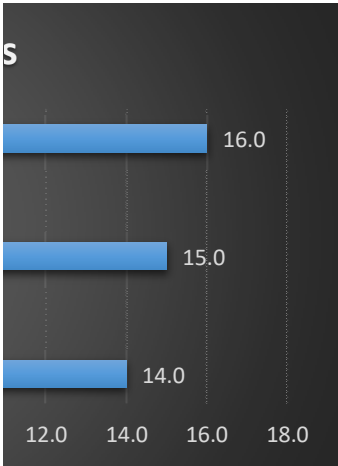
NIVEL DE IMPACTO
Alto: 5 puntos
Medio: 3 puntos
Bajo: 1 punto

TIPO DE IMPACTO	PRIORIDAD
Positivo: +1	BAJA
Negativo: -1	MEDIA
Indiferente: 0	ALTA



N°
F1
F2
F3
F4
F5

DASHBOARD 5 FUERZAS DE PORTER



FUERZA	RESULTADO
Rivalidad de los competidores	14.0
Amenaza de nuevos competidores	-2.0
Amenaza de productos sustitutos	15.0
Poder de negociación de los proveedores	2.0
Poder de negociación de los clientes	16.0

