



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
ESCUELA SUPERIOR DE CÓMPUTO
Gestión Empresarial



Investigación:

Barreras De Ingreso Según Porter, Productos Sustitutos

Alumno:

Meza Vargas Brandon David

Boleta:

2020630288

Grupo:

4CM12

Profesor:

Maldonado Muñoz Miguel Ángel



Barreras de ingreso, productos sustitutos

El concepto de barreras de entradas fue desarrollado por Michael Porter para hablar de las dificultades a las que se enfrenta una empresa cuando entra a competir en un mercado concreto. Aunque, a priori, pueda parecer algo perjudicial para la prosperidad y la expansión económica de la empresa, en realidad es uno de los factores determinantes para que no aparezcan nuevos competidores.

1. **Economías de escala:** las empresas ya establecidas en un mercado pueden ofrecer bienes a menor costo debido a su eficiencia de producción. Esto hace complicado a las nuevas empresas competir en precio y calidad.
2. **Diferenciación del producto:** las empresas que llevan tiempo pueden generar lealtad en los clientes, lo que dificulta que los nuevos competidores atraigan a esos clientes.
3. **Requisitos de capital:** hay mercados que requieren inversiones altas para poder ingresar, estos altos costos pueden desalentar a nuevos competidores.
4. **Acceso a canales de distribución:** debido a que las empresas establecidas pueden controlar canales de distribución para alcanzar más clientes hace que sea difícil para los nuevos competidores entrar al mercado
5. **Economías de experiencia:** las empresas con una larga trayectoria en el mercado han adquirido una gran cantidad de experiencia y conocimientos, lo que les permite operar de manera más eficiente y ofrecer un mejor servicio al cliente.
6. **Barreras legales y regulatorias:** Las empresas que se han establecido en un mercado pueden haber obtenido permisos, licencias y otros permisos que son necesarios para operar en ese mercado. Estos requisitos pueden ser costosos y difíciles de cumplir, lo que puede desalentar a los nuevos competidores. Además, las regulaciones gubernamentales pueden ser diseñadas para proteger a las empresas establecidas de la competencia, lo que puede hacer que sea más difícil para los nuevos entrantes ingresar al mercado.

No olvidemos que existen otros factores menos comunes que también pueden convertirse en barreras de entrada y que debemos valorar convenientemente, como la imagen de marca, la percepción que los clientes potenciales del mercado a conquistar tienen sobre nuestra empresa y nuestros productos.

Productos sustitutos

Un bien sustituto es un bien que puede ser utilizado en lugar de otro bien para satisfacer una necesidad o deseo similar. Esto significa que si el precio de un bien aumenta, la demanda de bienes sustitutos también puede aumentar, ya que los consumidores pueden optar por comprar el bien sustituto en lugar del bien original debido a su precio más bajo.

Por ejemplo, si el precio de la mantequilla aumenta significativamente, algunos consumidores pueden optar por comprar margarina en su lugar, ya que es un sustituto cercano. De manera similar, los teléfonos inteligentes de diferentes marcas y modelos son sustitutos cercanos entre sí, ya que se pueden utilizar para realizar tareas similares como hacer llamadas, enviar mensajes de texto, navegar por internet, etc.

Otros ejemplos de bienes sustitutos incluyen:

- Refrescos y jugos de frutas: si el precio de los refrescos aumenta, algunos consumidores pueden optar por comprar jugos de frutas en su lugar.
- Automóviles y motocicletas: si el precio de los automóviles aumenta, algunos consumidores pueden optar por comprar motocicletas en su lugar.
- Leche de vaca y leche de soja: si el precio de la leche de vaca aumenta, algunos consumidores pueden optar por comprar leche de soja en su lugar.
- Es importante tener en cuenta que la relación de sustitución entre dos bienes puede variar según el contexto y las preferencias individuales de los consumidores.

Los bienes sustitutivos son perfectos cuando se pueden utilizar exactamente de la misma manera y con exactamente los mismos resultados; en este caso el consumidor elegirá uno u otro por otros motivos, pero no por sus diferencias de uso o, dicho de otro modo, no existe ninguna razón para elegir uno u otro porque su uso es exactamente igual. Más habitualmente los bienes son sustitutivos imperfectos y esta imperfección se manifiesta en diversos grados; un bolígrafo y una pluma se utilizan de la misma manera y son casi lo mismo por lo que se acercan a ser sustitutivos perfectos; un albornoz y una toalla grande nos sirven para salir de la ducha y secarnos, pero ya no son exactamente lo mismo.

Un Bien sustitutivo es bruto de otro cuando la subida del precio de uno provoca una subida de la demanda del otro, pero no necesariamente al revés. Sin embargo, hablamos de bienes sustitutivos netos cuando la situación si es simétrica, es decir, la subida del precio de uno de ellos supone el aumento de la demanda del otro y también al revés