



# Sistemas de Información

DOCENTE: CRISTIAN MATAMALA GOMEZ

CLASE 10 - 08 DE JUNIO DEL 2021

# Agenda

- Uso de sistemas existentes para lograr ventajas competitivas
- Video introductorio - Plan estratégico de tecnologías de la informacion

## *Repaso Clase Anterior*

DOC – en aula virtual - Trabajo en conjunto:  
Ejemplos, Ventajas, Desventajas, Beneficios,  
Efectos, Cambios, etc.

# Que empresas han logrado despegar o generar ventajas competitivas

Buscar Ejemplos

Como Generan esas  
diferencias

Toyota, Amazon, Walmart, Apple, Google

# Porque a algunas empresas les va mejor que otras... que hacen o tienen de diferentes

Generan una ventaja competitiva ..... O tienen acceso recursos especiales

+ Conocimiento

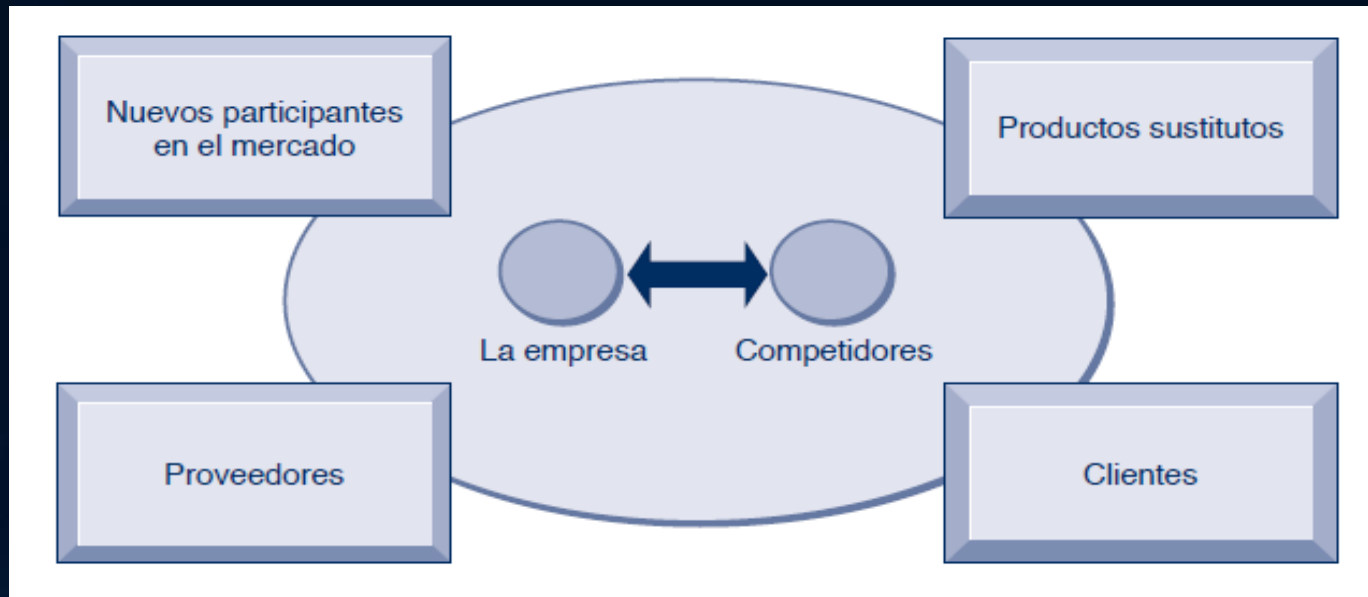
+ ingresos

+ rentabilidad

+ y mejor evaluación de  
sus clientes

# Modelo de Fuerzas Competitivas de Porter

Este modelo **proporciona** una visión general de la empresa, sus competidores y el ambiente de ésta. El modelo de Porter trata sobre el entorno de negocios general de la empresa. En este modelo hay cinco fuerzas competitivas que dan forma al destino de la empresa.





# Modelo de Fuerzas Competitivas de Porter

Competidores  
Tradicionales

Todas las empresas comparten espacio de mercado con otros competidores que están ideando en forma continua nuevas maneras más eficientes de producir mediante la introducción de nuevos productos y servicios, además de que intentan atraer a los clientes mediante el desarrollo de sus marcas y al imponer a sus clientes costos por cambiar

# Modelo de Fuerzas Competitivas de Porter

## Nuevos participantes en el mercado

En una economía libre con mano de obra móvil y recursos financieros, siempre hay nuevas compañías que entran al mercado. En algunas industrias, las barreras para entrar son muy bajas, mientras que en otras el acceso es muy difícil. + Capacidad de adaptación ajustes, contratación de gente mas joven. Visión innovadora y transformacional.



# Modelo de Fuerzas Competitivas de Porter

## Productos y Servicios sustitutos

En casi cualquier industria existen sustitutos que sus clientes podrían usar si sus precios aumentan demasiado. Las recientes tecnologías crean nuevos sustitutos todo el tiempo. Entre más productos y servicios suplentes existan en su industria, menor será el control que pueda ejercer sobre los precios y menores serán sus márgenes de ganancia.

# Modelo de Fuerzas Competitivas de Porter

Cientes

Una compañía rentable depende en gran medida de su habilidad para atraer y retener a sus clientes (al tiempo que se los niega a los competidores), y de cobrar precios altos. El poder de los clientes aumenta si pueden cambiar con facilidad a los productos y servicios de un competidor

# Modelo de Fuerzas Competitivas de Porter

## Proveedores

El poder de mercado de los proveedores puede tener un impacto considerable sobre las ganancias de una empresa, en especial cuando ésta no está en condiciones de aumentar sus precios a la par que sus suministradores. Cuanto más abastecedores diferentes tenga una empresa, mayor será el control que pueda ejercer sobre ellos en términos de precio, calidad e itinerarios de entrega.

# Que pasa con las fabricas de computadores

DELL

HP

LENOVO

*Proveedores, materiales claves, memorias, procesadores,  
discos duros, pantallas, etc.*

# Que pasa con las fabricas de computadores

DELL

HP

LENOVO

*Proveedores, materiales claves, memorias, procesadores,  
discos duros, pantallas, etc.*

# Estrategias de los sistemas de información para lidiar con las fuerzas competitivas

¿Qué debe hacer una empresa al enfrentarse a todas estas fuerzas competitivas?

¿Cómo puede la empresa usar los sistemas de información para contraatacar algunas de estas fuerzas?

¿Cómo podemos evitar los sustitutos e inhibir la entrada de nuevos participantes en el mercado?



Hay cuatro estrategias genéricas, cada una de las cuales se habilita a menudo mediante el uso de tecnología y sistemas de información: *liderazgo de bajo costo, diferenciación de productos, enfoque en nichos de mercado y fortalecimiento de la intimidad con los clientes y proveedores.*

# Liderazgo de bajo costo

Usa los sistemas de información para obtener los costos operacionales más bajos y los menores precios.

Ejemplos:  
Buscar

Just in Time  
(Dell)

Walmart  
(Registra y transmite  
de forma  
automática)

Menos  
inventario

Sistema de  
reabastecimiento  
continuo de  
walmart



# Diferenciación de productos

Usa los sistemas de información para habilitar nuevos productos y servicios, o modificar de manera considerable la conveniencia del cliente al usar sus productos y servicios existentes.

Ejemplos:  
Buscar

Los fabricantes y vendedores al detalle utilizan sistemas de información para crear productos y servicios adaptados a la medida y personalizados para ajustarse a las especificaciones precisas de cada cliente.

El cliente prepara su producto, lo configura, lo elige, lo paga y lo recibe...

Dell

# Diferenciación de productos / Ejemplos:

Amazon: compras con un solo clic	Amazon posee una patente sobre las compras con un solo clic y concede licencias a otros vendedores en línea.
Música en línea: iPod y iTunes de Apple	El iPod es un reproductor portátil integrado, respaldado por una biblioteca en línea de más de 13 millones de canciones.
Personalización de palos de golf: Ping	Los clientes pueden seleccionar de más de 1 millón de opciones distintas de palos de golf; un sistema fabricado a la medida envía sus palos personalizados dentro de un plazo no mayor a 48 horas.
Pago de facturas en línea: CheckFree.com	Cincuenta y dos millones de hogares pagan sus facturas en línea en 2010.
Pagos en línea de persona a persona: PayPal.com	PayPal permite transferir dinero entre cuentas bancarias individuales, y entre cuentas bancarias y cuentas de tarjetas de crédito.

# Enfoque en nichos de mercado

Usa los sistemas de información para habilitar el enfoque en un mercado específico, y ofrezca un mejor servicio a este mercado más pequeño que sus competidores. Los sistemas de información soportan esta estrategia al producir y analizar datos para ventas y técnicas de marketing ajustadas con precisión. Los sistemas de información permiten a las compañías analizar los patrones de compra de los clientes, sus gustos y preferencias de una manera tan estrecha que pueden dirigir campañas de publicidad y marketing con eficiencia hacia mercados cada vez más pequeños.

Ejemplos:  
Buscar



# Enfoque en nichos de mercado

Los datos provienen de una variedad de fuentes: transacciones con tarjeta de crédito, datos demográficos, datos de compras de los escáneres de las cajas registradoras en los supermercados y tiendas de venta al detalle, y los datos recolectados cuando las personas acceden a sitios Web e interactúan con ellos. Las sofisticadas herramientas de software buscan patrones en estas extensas reservas de datos e infieren reglas a partir de ellas para guiar la toma de decisiones. Los análisis de dichos datos impulsan el marketing de uno a uno que crea mensajes personales con base en preferencias individualizadas.



# Fortalecimiento de la intimidad con los clientes y proveedores

Usa los sistemas de información para estrechar los lazos con los proveedores y desarrollar intimidad con los clientes.

Ejemplos:  
Buscar

# Tabla Resumen

ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN	EJEMPLO
Liderazgo de bajo costo	Use los sistemas de información para producir productos y servicios a un precio más bajo que los competidores, al tiempo que mejore la calidad y el nivel del servicio.	Walmart
Diferenciación de productos	Use los sistemas de información para diferenciar los productos, además de permitir nuevos servicios y artículos.	Google, eBay, Apple, Lands' End
Enfoque en nichos de mercado	Use los sistemas de información para permitir una estrategia enfocada en un solo nicho de mercado; especialícese.	Hilton Hotels, Harrah's
Intimidad con clientes y proveedores	Use los sistemas de información para desarrollar lazos sólidos y lealtad con los clientes y proveedores.	Chrysler Corporation Amazon.com

CUATRO ESTRATEGIAS COMPETITIVAS BÁSICAS.

# Impacto de internet sobre la ventaja competitiva

Debido a Internet, las fuerzas competitivas tradicionales siguen en funcionamiento, pero la rivalidad competitiva se ha vuelto mucho más intensa (Porter, 2001). La tecnología de Internet se basa en estándares universales que cualquier compañía puede usar, lo cual facilita a los rivales competir sólo por los precios y a los nuevos competidores ingresar al mercado. Como la información está disponible para todos, Internet eleva el poder de negociación de los clientes, quienes pueden encontrar con rapidez el proveedor de menor costo en Web. Las ganancias se han reducido.

# Impacto de internet sobre la ventaja competitiva

FUERZA COMPETITIVA	IMPACTO DE INTERNET
Productos o servicios sustitutos	Permite que emerjan nuevos sustitutos con nuevas metodologías para satisfacer necesidades y desempeñar funciones.
Poder de negociación de los clientes	La disponibilidad de la información global sobre precios y productos desplaza el poder de negociación hacia los clientes.
Poder de negociación de los proveedores	El abastecimiento a través de Internet tiende a elevar el poder de negociación en manos de los proveedores; éstos también se pueden beneficiar de la reducción de las barreras para entrar y de la eliminación de los distribuidores junto con otros intermediarios que se interponen entre ellos y sus usuarios.
Amenaza de nuevos participantes	Internet reduce las barreras para la entrada, como la necesidad de una fuerza de ventas, el acceso a los canales y los activos físicos; provee una tecnología para impulsar los procesos de negocios que facilita realizar las demás cosas.
Posicionamiento y rivalidad entre los competidores existentes	Amplía el mercado geográfico, incrementa el número de competidores y reduce las diferencias de los competidores; dificulta el hecho de sostener las ventajas operacionales; ejerce presión para competir sobre el precio.

IMPACTO DE INTERNET SOBRE LAS FUERZAS COMPETITIVAS Y LA ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA.



# Impacto de internet sobre la ventaja competitiva

Internet **a potenciado** algunas industrias y amenazado a otras de manera considerable.

Buscar  
Ejemplos

Ventas online de  
toda índole +  
redes sociales

# Impacto de internet sobre la ventaja competitiva

Internet **casi ha destruido** algunas industrias y amenazado a otras de manera considerable.

Buscar  
Ejemplos

Enciclopedias  
Agencias de Viajes



# Sinergias, competencias básicas y estrategias basadas en red

Sinergias

Mejora de las  
competencias  
básicas

Economía de red

Modelo de  
compañía virtual

# Sinergias, competencias básicas y estrategias basadas en red

Por ejemplo, tanto Microsoft como Walmart proveen plataformas compuestas de sistemas de información, tecnologías y servicios que utilizan miles de empresas en distintas industrias para mejorar sus propias capacidades. Microsoft ha estimado que más de 40,000 empresas usan su plataforma Windows para ofrecer sus propios productos, soporte para los productos de Microsoft y extender el valor de la propia empresa de Microsoft. El sistema de gestión de entrada de pedidos e inventario de Walmart es una plataforma que utilizan miles de proveedores para obtener acceso en tiempo real a la demanda de los clientes, para rastrear los pedidos y controlar los inventarios.

Como interactúan // Como se relacionan las E ??

# Plan estratégico de tecnologías de la información (PETI)

Video introductorio

<https://www.youtube.com/watch?v=oDTOULkYh-c&t=420s>

(Delta Asesores)

# Resumen de la jornada

- Uso de sistemas existentes para lograr ventajas competitivas
- Plan estratégico de tecnologías de la informacion