

UNA APLICACIÓN DEL MARCO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER AL GRUPO BMW

AN APLICATION OF PORTER´S FIVE STRENGTHS FRAMEWORK IN BMW´S GROUP

Celia Goicoechea Quijano¹
Jaime E. Souto Pérez²

¹ Alumna de TFG de la Universidad Complutense de Madrid. Actualmente cursando el master en consultoría y asesoría jurídico-laboral de la Universidad Carlos III de Madrid. Universidad Complutense de Madrid. Madrid (España). E-mail: celiagoi@ucm.es

² Profesor de la Universidad Complutense de Madrid, cuenta con varias publicaciones en revistas de primer cuartil de JCR y de SJR, así como múltiples libros y capítulos de libros. Departamento de Organización de Empresas. Universidad Complutense de Madrid. Madrid (España). E-mail: jaimeds@ucm.es

RESUMEN

El análisis del entorno específico aborda el estudio de una industria desde todas sus vertientes relevantes, con la finalidad de extraer las amenazas y oportunidades existentes en el mismo. Así, este trabajo aborda el análisis del entorno competitivo en la industria del automóvil tomando como base conceptual el modelo de las cinco fuerzas de Porter. La metodología utilizada consiste en un estudio de caso del Grupo BMW.

ABSTRACT

The analysis of specific environment addresses the study of an industry from all its relevant aspects, in order to extract the threats and opportunities existing in it. Thus, this paper addresses the analysis of the competitive environment in automobile industry based on the conceptual model of the five forces of Porter. The methodology used consists of a case study of BMW Group.

PALABRAS CLAVE

Automóvil, competitividad, I+D, BMW, entorno específico.

KEY WORDS

Automobile, competitiveness, R&D, BMW, specific environment.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANFAC (Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones) (2015). *Memoria ANFAC 2015*, Recuperado de: <http://www.anfac.com/memoria/memoriaAnfac2016.htm>
- Abell, D. F. (1980). *“Defining the Business”*, Englewood Cliffs, Estados Unidos: Prentice-Hall.
- CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) (2015). España: *Barómetro de diciembre 2015*. (Estudio nº 3121). Recuperado de: http://datos.cis.es/pdf/Es3121mar_A.pdf
- CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) (2016). *Barómetro noviembre 2016*, (Estudio nº 3159). Recuperado de: http://www.cis.es/cis/export/sites/default/Archivos/Marginales/3140_3159/3159/Es3159mar.pdf
- Dirección General de Tráfico (2016). *Series históricas del parque de vehículos*, Recuperado de: <http://www.dgt.es/es/seguridad-vial/estadisticas-e-indicadores/parque-vehiculos/series-historicas/>
- European Commission (2016). *EU Industrial R&D Investment Scoreboard*. Recuperado de: <http://iri.jrc.ec.europa.eu/scoreboard16.html>
- Guerras, L.A., y Navas J. E. (2014). *La dirección estratégica de la empresa, teoría y aplicaciones*, España: Aranzadi.
- Porter, M. (1982). *“Estrategia competitiva”*. México: C.E.C.S.A
- Sernauto (Asociación Española de Proveedores de Automoción) (2016). *Agentes del sector automoción*. Recuperado de: <http://www.sernauto.es/es/sector-automocion/agentes-del-sector-automocion>
- Vandermerwe, S., y Rada, J. (1988). Servitization of business: adding value by adding services. *European Management Journal* 6(4), 314-324.