¿Cuáles son las cinco fuerzas de Porter?

* La posibilidad de **amenaza ante nuevos competidores.**
* El **poder de la negociación** de los diferentes proveedores.
* Tener la capacidad para n**egociar con los compradores** asiduos y de las personas que lo van consumir una sola vez.
* **Amenaza de ingresos por productos secundarios.**
* La **rivalidad entre los competidores.**

¿Cómo se usan?

El ser capaz de clasificar y usar estas fuerzas es lo que hace que se pueda conseguir un mejor análisis de tu empresa en todos los sentidos. Se pueden diseñar nuevas estrategias y se puede comenzar a usar junto fuerzas Porter para poder detectar nuevas amenazas  o encontrar un sinfín de nuevas oportunidades.  Este análisis  hace referencia sobre todo a las empresas que compiten con el mismo producto.

**Amenaza de la entrada de los nuevos competidores.** Es una de las fuerzas más famosas  y que se usa en la industria para detectar empresas con las mismas características económicas o con productos similares en el mercado.

Este tipo de amenazas puedes depender de las barreras de entrada. Hay 6 tipos de barreras diferentes: la economía de escalas,  la diferenciación, el requerimiento de capital, el acceso a canales de distribución o las ventajas de los costos independientes.

**Poder de negociación de los proveedores.**Proporciona a los proveedores de la empresa, las herramientas necesarias para poder alcanzar un objetivo.

**Poder de negociación de los compradores.**En este punto se tienen problemas cuando los clientes cuentan con un producto que tiene varios sustitutos en el mercado o que puede llegar a tener un costo más alto que otros productos si tu producto llega a tener un costo más alto que otros similares en el mercado.  Si los compradores están bien organizados, esto hace que sus exigencias sean cada vez más altas y que exijan incluso una reducción de precios notable.

**Amenaza en tus ingresos por productos sustitutos.** En este punto, una empresa comienza a tener serios problemas cuando los sustitutos de los productos comienzan a ser reales, eficaces y más baratos que el que vende la empresa inicial.  Esto hace que dicha empresa tenga que bajar su precio, lo que lleva una reducción de ingresos en la empresa.

Porter dijo en su libro que las seis barreras de entrada antes nombradas serían muy útiles si se aprenden a usar – la barrera de uno puede ser una oportunidad para otro- :

* **La economía de escalas.** Los volúmenes altos en las empresas permiten que los costos se reduzcan, lo que ofrece la posibilidad de volver a ser competitivos en el mercado.
* **La diferenciación de productos**. Si se es capaz de posicionar el producto claramente en el mercado ofreciendo algo diferente se puede revalorizar ante los ojos de los compradores, buscando tu producto al vero de mejor calidad y buscar una mejor calidad en sus productos.
* **Las inversiones de capital.**  En caso de problemas, la empresa puede mejorar su posición con una inyección de capital en sus productos lo que puede hacer que sobreviva ante empresas más pequeñas simulares.
* **Desventaja de costos.**  Esta barrera juega a nuestro favor cuando las otras empresas no pueden emular  el precio de nuestros productos por que cuentan con costos más elevados.
* **Acceso a los Canales de Distribución.** Cuando una empresa cuenta con varios canales de distribución es complicado que puedan aparecer competidores  y sobre todo que los proveedores acepten el producto.  Esto implicaría para las empresas tener que compartir costos de promoción de distribución y reducción de precios en general.
* **Política gubernamental.**   Este punto puede jugar a tu favor, ya que en muchos puntos, las políticas gubernamentales son las que impiden la llegada de nuevos competidores en todos los sentidos. Esto está regulado por leyes muy estrictas.

**Rivalidad entre competidores.** En este punto se puede competir directamente con otras empresas de la industria que te dan el mismo producto.

Esta rivalidad da como resultado:

* Que existan una cantidad de competidores más grande y que todos estén equilibrados.
* Que el crecimiento de la industria sea mucho más lento.
* Que los costos y el almacenamiento sean más elevados.
* Que el producto no llegue a los clientes o no pueda diferenciar realmente su utilidad.
* Que se tengan que buscar nuevas estrategias con costes mucho más elevados.
* Que el mercado se sature
* Que existan competidores muy diversos.

La rivalidad se caracteriza por que los competidores están enfrentados y que ambos usen grandes estrategias de negocios. Además, por la intensidad  de la empresa para llevar a cabo sus proyectos y la forma en la que emplea su imaginación por poder superar lo que hagan las demás empresas a su alrededor, destacando con sus productos por encima de las demás.

Una empresa que destaca, a su vez, presiona a las empresas que están a su alrededor, por lo que siempre existirá una rivalidad latente entre las empresas de un mismo sector.

¿De qué sirven estas fuerzas?

En cualquier empresa, el análisis de *las 5 fuerzas* hace que se pueda crear una gran herramienta para la empresa según nos dice el gran **Porter**, considerado uno de los genios de la economía de hoy.

¿Cuál es el objetivo con el que fueron creadas?

El objetivo es claro, lo que se quiere es calcular la rentabilidad de una empresa con el fin de ver el valor actual de la empresa y la proyección a futuro.

Las 5 fuerzas de Porter son una de las herramientas de marketing más usadas en todo el mundo y están pensabas para dar un apoyo a los negocios y las empresas que quieran conseguir sacar el máximo rendimiento a su empresa en un buen tiempo.