

ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER APLICADO A NUESTRO EMPRENDIMIENTO

PROPÓSITO

Cada grupo aplicará el modelo de las **5 Fuerzas de Porter** al emprendimiento, con el objetivo de conocer mejor el mercado en el que pretende participar, identificar posibles amenazas y oportunidades y proponer estrategias para mejorar sus posibilidades de competir.

El modelo permite analizar cinco aspectos: **rivalidad entre competidores, amenaza de nuevos competidores, productos o servicios sustitutos, poder de negociación de los proveedores y poder de negociación de los consumidores.**

FUERZA N.º 1

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

La rivalidad se refiere a la competencia existente entre empresas que ofrecen productos o servicios similares. Analizarla permite conocer contra quién competiríamos y qué características presentan nuestros posibles rivales.

Investigamos

Identificar **al menos 3 competidores reales o posibles** de nuestro emprendimiento.

Para cada uno indicar:

- Nombre de la empresa o emprendimiento.
- Ubicación.
- Producto o servicio que ofrece.
- Precio aproximado.
- Público al que se dirige.
- Forma de promocionarse.
- Canales de venta utilizados.
- Características que lo diferencian.

Respondemos

- a. ¿Cuántos competidores encontramos?
- b. ¿Existe algún competidor que tenga una posición especialmente importante en el mercado?
- c. ¿Qué productos o servicios ofrecen?

- d. ¿Nuestros productos son similares o presentan diferencias importantes?
- e. ¿Los clientes pueden cambiar fácilmente de una empresa a otra?
- f. ¿Qué estrategias utilizan los competidores para atraer clientes?
- g. ¿Qué podríamos ofrecer nosotros para diferenciarnos?

Conclusión de la Fuerza 1

¿Consideramos que la rivalidad competitiva para nuestro emprendimiento sería baja, media o alta? ¿Por qué?

Fundamentar la respuesta con la información investigada.

FUERZA N.º 2

AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES

Esta fuerza analiza qué tan fácil sería para otra persona o empresa ingresar al mismo mercado. Entre las posibles barreras se encuentran el capital necesario, la tecnología, los conocimientos especializados, la experiencia, las regulaciones, los canales de distribución y el acceso a materias primas.

Investigamos

- a. ¿Qué inversión aproximada sería necesaria para iniciar un emprendimiento similar?
- b. ¿Se necesita maquinaria o tecnología especializada?
- c. ¿Se necesitan conocimientos o capacitación específica?
- d. ¿Existen requisitos legales o habilitaciones?
- e. ¿Es fácil conseguir las materias primas o insumos?
- f. ¿Es fácil conseguir un local o espacio adecuado?
- g. ¿Es sencillo conseguir clientes?
- h. ¿Existe alguna marca reconocida que genere fidelidad en los consumidores?

Analizamos

Si mañana apareciera un nuevo emprendimiento ofreciendo algo similar al nuestro, ¿qué podría hacer para competir con nosotros?

Proponemos

Indicar **3 estrategias** que nuestro emprendimiento podría utilizar para diferenciarse y enfrentar nuevos competidores.

FUERZA N.º 3

AMENAZA DE PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS

Un producto sustituto es aquel que, aunque sea diferente al nuestro, puede satisfacer una necesidad similar. Por ejemplo, diferentes productos pueden resolver una misma necesidad del consumidor.

Investigamos

- a. ¿Qué productos o servicios podrían reemplazar al nuestro?
- b. ¿Por qué un cliente podría elegir ese sustituto?
- c. ¿El sustituto tiene un precio menor?
- d. ¿Es más fácil de conseguir?
- e. ¿Presenta alguna ventaja respecto de nuestro producto?
- f. ¿El consumidor tendría algún costo o dificultad para cambiar de nuestro producto al sustituto?

Ejemplo

Nuestro producto: comida elaborada para llevar.

Posibles sustitutos: comida casera, supermercado, delivery de otro tipo, restaurantes, viandas, etc.

Proponemos

¿Qué podríamos hacer para que nuestros clientes prefieran nuestro producto o servicio?

Indicar **3 estrategias de diferenciación**.

FUERZA N.º 4

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Los proveedores pueden influir en nuestro emprendimiento mediante los precios, condiciones de venta, disponibilidad y calidad de las materias primas o insumos. El poder de los proveedores aumenta, entre otras situaciones, cuando existen pocos proveedores o pocas materias primas sustitutas.

Investigamos

Identificar **al menos 3 proveedores posibles** para nuestro emprendimiento.

Para cada proveedor indicar:

- Producto o insumo que necesitamos.
- Precio aproximado.
- Condiciones de compra.
- Cantidad mínima, si corresponde.
- Distancia o ubicación.
- Existencia de otros proveedores alternativos.

Respondemos

- ¿Tenemos muchos o pocos proveedores posibles?
- ¿Podrían aumentar sus precios y afectar nuestros costos?
- ¿Podemos reemplazar fácilmente un proveedor por otro?
- ¿Existe algún insumo que sea especialmente difícil de conseguir?
- ¿Qué ocurriría con nuestro emprendimiento si nuestro principal proveedor dejara de vendernos?

Proponemos

Indicar **3 estrategias** para reducir nuestra dependencia de los proveedores.

FUERZA N.º 5

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Los consumidores pueden influir sobre las empresas mediante sus decisiones de compra. Su poder aumenta, por ejemplo, cuando pueden cambiar fácilmente de marca, existen muchos productos similares o conocen y comparan precios.

Investigamos sobre nuestros clientes

- ¿Quiénes son nuestros clientes?
- ¿Cuántas alternativas tienen para comprar un producto o servicio similar?
- ¿Pueden comparar fácilmente los precios?
- ¿Pueden cambiar fácilmente de nuestro producto a otro?
- ¿Qué características valoran más: precio, calidad, atención, ubicación, rapidez, diseño, innovación u otras?
- ¿Qué podría hacer que un cliente deje de comprarnos?
- ¿Qué podríamos hacer para conseguir que un cliente vuelva a comprar?

Proponemos

Indicar **3 estrategias para atraer y fidelizar clientes**.

CUADRO GENERAL DEL ANÁLISIS

Completar el siguiente cuadro:

Fuerza de Porter	¿Qué encontramos?	Nivel de amenaza/presión	¿Por qué?	¿Qué estrategia proponemos?
Rivalidad entre competidores		Baja / Media / Alta		
Nuevos competidores		Baja / Media / Alta		
Productos sustitutos		Baja / Media / Alta		
Poder de proveedores		Baja / Media / Alta		
Poder de consumidores		Baja / Media / Alta		

Importante: La clasificación en baja, media o alta debe estar **justificada con información obtenida durante la investigación** y no solamente con una opinión del grupo.

¿QUÉ DESCUBRIMOS SOBRE NUESTRO EMPRENDIMIENTO?

A partir del análisis realizado, responder:

1. Nuestra principal oportunidad

¿Cuál es la oportunidad de mercado que encontramos?

Explicar por qué.

2. Nuestra principal amenaza

¿Cuál consideramos que podría ser la principal amenaza para el emprendimiento?

Explicar por qué.

3. Nuestra principal ventaja

¿Qué característica de nuestro emprendimiento podría diferenciarnos de los competidores?

4. Debilidad que debemos mejorar

¿Qué aspecto del emprendimiento deberíamos modificar o fortalecer?

5. Decisión del grupo

A partir de todo lo investigado:

¿Qué cambios realizaríamos actualmente en nuestro emprendimiento?

Pueden modificar, por ejemplo:

- producto o servicio;
 - precio;
 - público objetivo;
 - proveedores;
 - forma de comercialización;
 - promoción;
 - ubicación;
 - presentación;
 - atención al cliente;
 - diferenciación;
 - canales de venta.
-

CONCLUSIÓN FINAL

Elaborar una conclusión grupal de **10 a 15 líneas** que responda:

¿Qué nos permitió descubrir el análisis de las 5 Fuerzas de Porter sobre nuestro emprendimiento?

La conclusión deberá explicar:

- cómo es la competencia;
- qué amenazas identificaron;
- qué oportunidades encontraron;
- qué importancia tienen los proveedores;
- qué importancia tienen los consumidores;
- qué cambios realizarían en el emprendimiento;
- qué estrategia consideran necesario implementar.

El objetivo no es simplemente decir si el emprendimiento es "bueno" o "malo", sino explicar **qué información obtuvieron y cómo esa información puede ayudar a tomar decisiones empresariales.**

FUENTES DE INFORMACIÓN

Registrar todas las fuentes utilizadas:

- páginas web;
- redes sociales de competidores;
- catálogos;
- folletos;
- diarios o revistas;
- entrevistas;
- observación directa;
- consultas de precios;
- encuestas;
- otras fuentes.

Para cada fuente indicar:

Nombre – dirección/enlace – fecha de consulta.