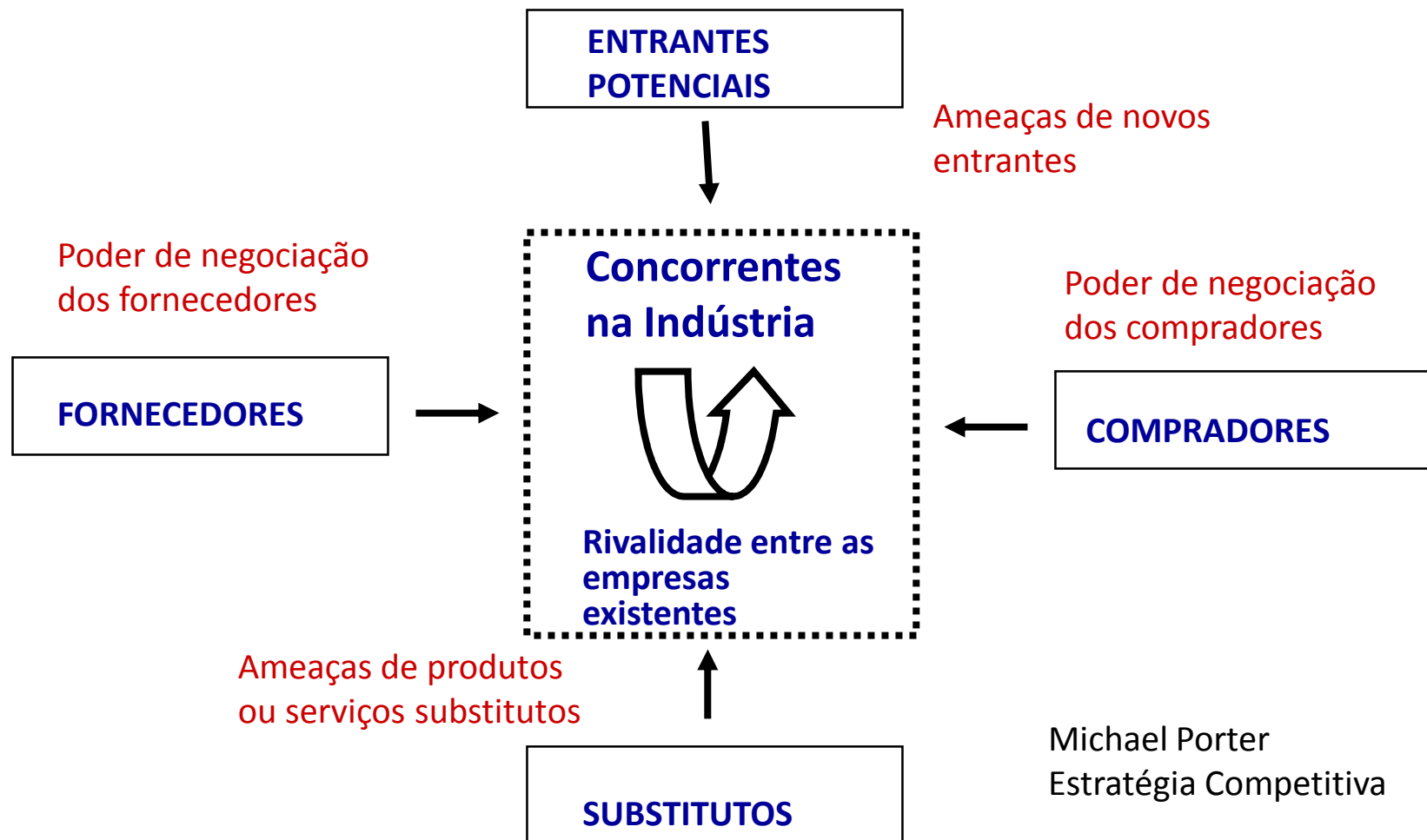




ANÁLISE DAS 5 FORÇAS COMPETITIVAS NA INDÚSTRIA

Análise Estrutural da Indústria

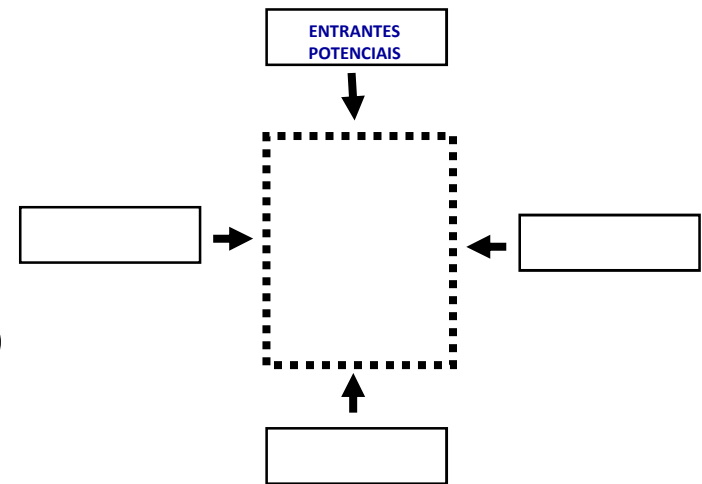


Michael Porter
Estratégia Competitiva

AMEAÇA DE NOVOS CONCORRENTES

Barreiras de entrada:

- 📄 Economias de escala
- 📄 Diferenciação de produto
- 📄 Necessidade de capital
- 📄 Custos de transferência
- 📄 Acesso a canais de distribuição
- 📄 Política governamental








AMEAÇA DE NOVOS CONCORRENTES

 Desvantagens de custos independentes de escala:

- Acesso favorável a M.P.
- Localização favorável
- Curva de experiência
- Subsídio

CONCORRÊNCIA EXISTENTE

A rivalidade aumenta quando:

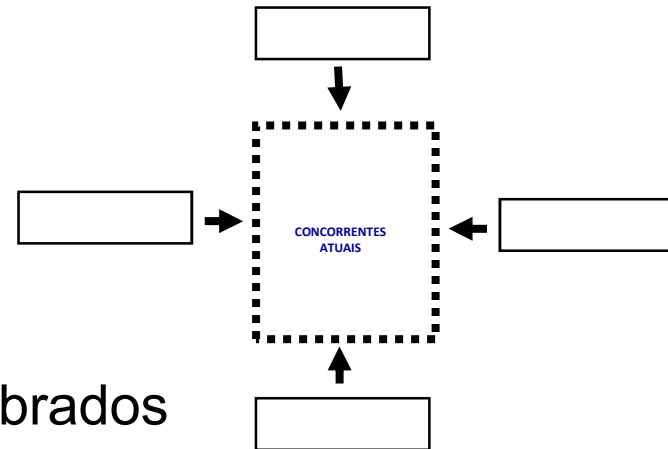
-  Concorrentes numerosos e equilibrados
-  Crescimento lento da indústria
-  Custos fixos altos
-  Ausência de diferenciação ou de custos de transferência
-  Interesses estratégicos

CONCORRÊNCIA EXISTENTE

 Barreiras de saída elevadas:

- Ativos especializados
- Custos fixos de saída
- Inter-relacionamento estratégico
- Barreiras emocionais
- Restrições governamentais







Concorrentes Atuais



- Crescimento lento do setor
- Concorrentes numerosos e bem equilibrados
- Economias de escala
- Disponibilidade de capital / investimentos
- Custos fixos ou de armazenagem elevadas
- Ausência de diferenciação ou custos de mudança
- Altos custos fixos de saída

PODER DE BARGANHA DOS COMPRADORES

Um comprador é forte quando:

-  Adquire grandes volumes em relação as vendas do vendedor
-  Os produtos são commodities
-  Tem baixo custo de transferência
-  Lucros pequenos
-  São uma ameaça de integração vertical
-  O comprador é bem informado

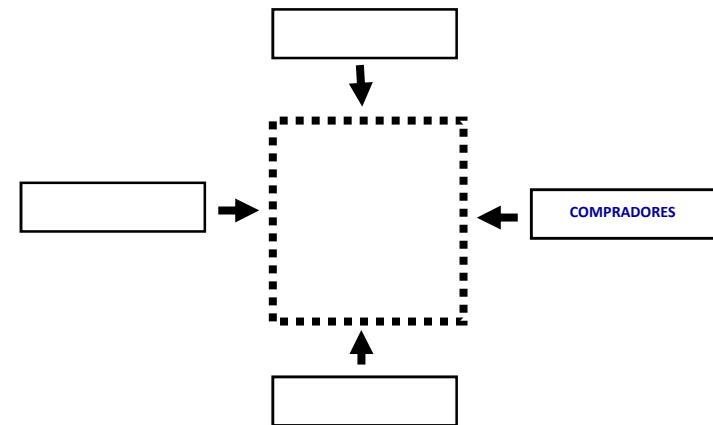
PODER DE BARGANHA DOS COMPRADORES

- ▲ A regra 80/20/30
 - ▲ - 20% maiores clientes geram 80% do lucro total
 - ▲ - 30% menores consomem metade de todo o seu lucro
- ▲ Combata a Inatividade. Quanto custa?
- ▲ Concentre-se na retenção de cliente desenvolvendo ações de relacionamentos para cada nicho.
- ▲ Produza maior valor para o seu cliente.

Compradores Atuais

Poder de barganha dos compradores

- Participação em nossas vendas (%)?
- Participação em suas compras (%)?
- Custos de Mudança são baixos?
- Risco de Verticalização para Trás?
- Orientado para Custo?
- Produtos são commodities?
- Comprador é bem informado?








Compradores Atuais

- A regra 80/20/30
 - 20% maiores clientes geram 80% do lucro total
 - 30% menores consomem metade de todo o seu lucro
- Combata a Inatividade. Quanto custa?
- Concentre-se na retenção de cliente desenvolvendo ações de relacionamentos para cada nicho.
- Produza maior valor para o seu cliente.

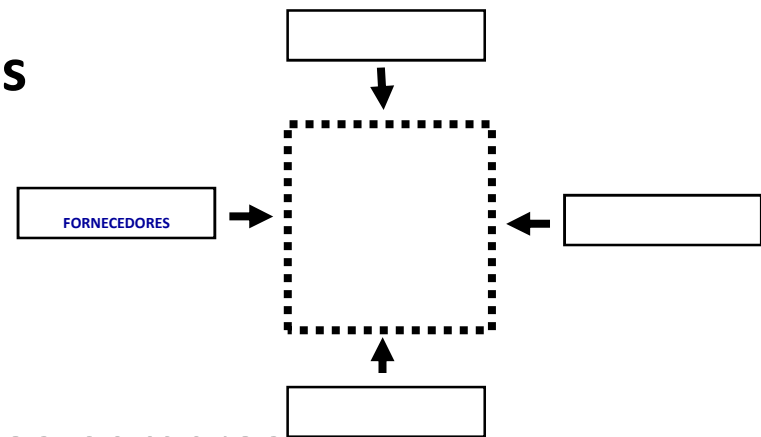
PODER DE BARGANHA DOS FORNECEDORES

Um fornecedor é forte quando:

-  Compradores são fragmentados
-  Menor número de produtos substitutos
-  Produtos são diferenciados - custo de transferência elevado
-  São ameaça de integração para frente
-  Se indústria não for um cliente importante para o fornecedor

Fornecedores

Poder de barganha dos fornecedores



- Peso (representatividade) em nossas compras.
- Peso (representatividade) nas vendas do fornecedor
- Custos de Mudança
- Existência de Produtos Substitutos.
- Risco de Verticalização para Frente.
- Parcerias com Fornecedores.

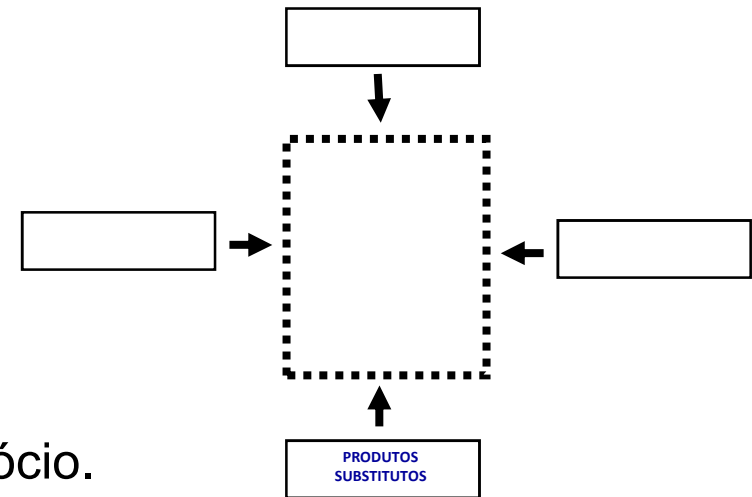
PRODUTOS SUBSTITUTOS

 Dois tipos de produtos exigem atenção:

- Aqueles que a relação preço-desempenho pode ser melhorada e
- Aqueles que são produzidos por indústrias com alto lucro

Produtos Substitutos

Ameaça de substitutos



- Reduz o retorno potencial do seu negócio.
- Torna-se maior, quanto melhor for a alternativa preço-desempenho.
- Ou, ainda, quando a empresa que produz apresenta altos lucros.