

MODELO DAS 5 FORÇAS DE PORTER

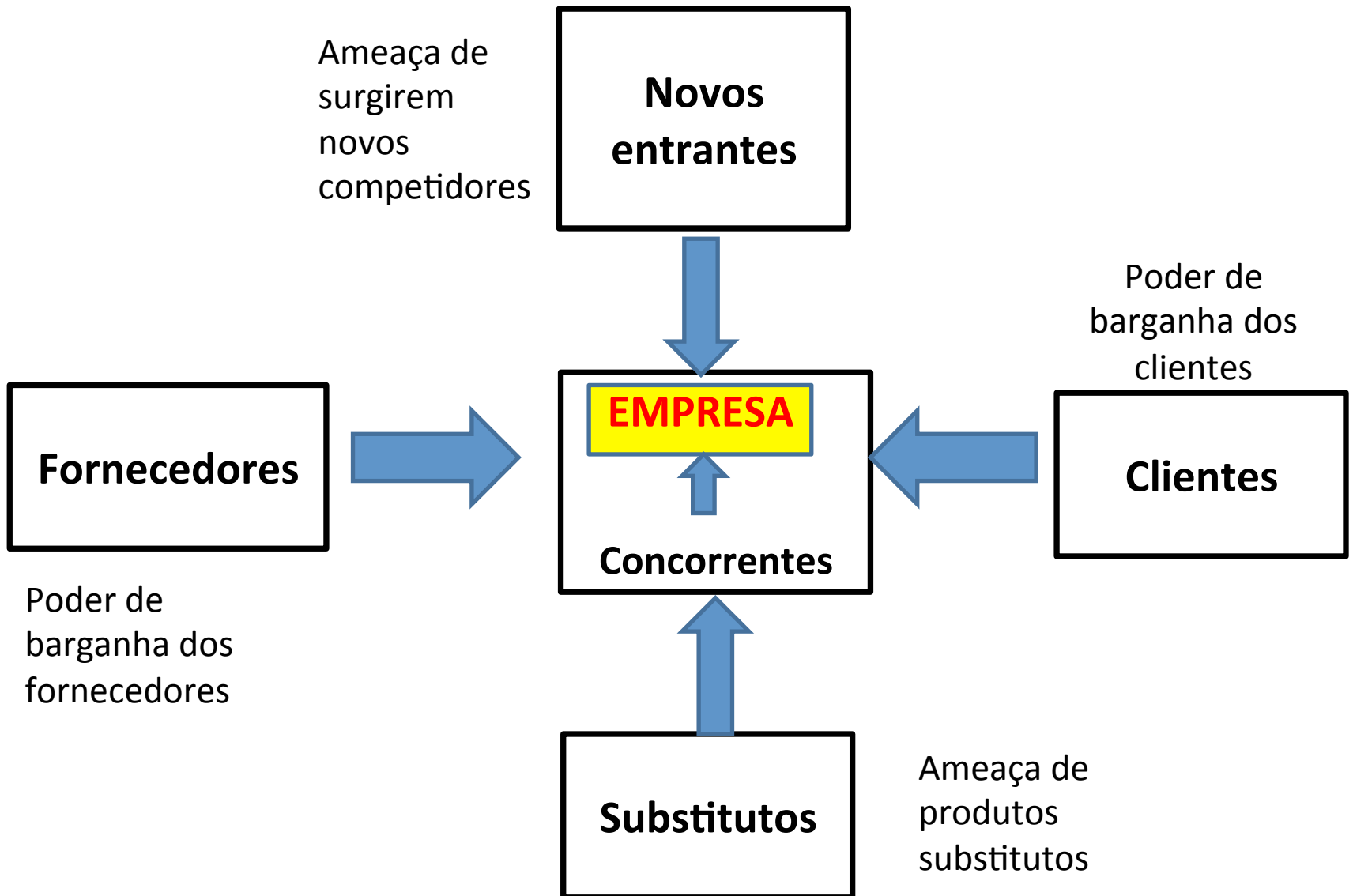
5 Forças de Porter

- Para se ter uma estratégia competitiva adequada, a organização deve avaliar e compreender o meio em que está inserida
- O grau de concorrência em uma indústria é definida com base em 5 forças competitivas básicas, indicadas no modelo proposto por Porter
- Essas 5 forças determinam o potencial lucrativo da indústria em análise

5 Forças de Porter - Objetivo

- O Modelo das 5 Forças é usado visando a definir o melhor posicionamento da empresa, podendo indicar que é necessário se defender de alguma das 5 forças ou influenciá-la a seu favor
- Identificam-se pontos fortes e fracos da empresa, definindo também pontos a que a empresa deve atentar ou de que deve tirar proveito para crescer

5 Forças de Porter - Modelo



NOVOS ENTRANTES

- Deve-se avaliar esta força identificando se é alta, média ou baixa a ameaça de novos competidores adentrarem o mercado.
- A ameaça de novos entrantes é alta quando:
 - Não se necessita de alto capital para iniciar o negócio
 - Direitos de propriedade intelectual são de fácil acesso
 - Há pouca diferenciação entre os produtos
 - Há fácil acesso às matérias primas

SUBSTITUTOS

- Deve-se avaliar esta força comparando a relação custo/benefício de produtos substitutos aos da empresa estudada.
- A ameaça de um produto substituto é alta quando:
 - Provoca uma inovação tecnológica (ex: celulares substituem relógios)
 - O custo da troca do produto atual pelo substituto é baixo
 - O nível de qualidade dos substitutos é percebido como superior pelos clientes

Poder de Negociação (Barganha) dos CLIENTES

- Os clientes (compradores) podem fazer com que preços decaiam em um mercado, de acordo com sua (menor) demanda por aquele produto. Podem acirrar a concorrência também.
- O poder de negociação (Barganha) do cliente é alto quando:
 - Seu volume de compra é elevado
 - Os clientes mostram interesse em comprar de concorrentes
 - No mercado estudado, o produto oferecido tem pouca diferenciação entre os fabricantes
 - Existem poucos clientes/poucos compradores
 - Etc.

Poder de Negociação dos FORNECEDORES

- Os fornecedores podem deter maior poder de barganha sobre as empresas do mercado ao fazer pressão sobre a qualidade dos bens fornecidos ou o preço cobrado.
- O poder de negociação (Barganha) do fornecedor é alto quando:
 - A disponibilidade de produtos substitutos é baixa
 - A importância do que é fornecido é alta para a empresa compradora
 - Custos de troca para um novo fornecedor são elevados
 - Existem poucos fornecedores
 - Etc.

CONCORRENTES

- Analisa-se a rivalidade existente entre os *players* daquele mercado. Muitos fatores podem definir a magnitude da rivalidade, como o preço, a divulgação da marca, entre outros.
- A magnitude da rivalidade entre os concorrentes é alta quando:
 - Há muitos concorrentes disputando um mesmo mercado
 - O mercado cresce a taxas baixas
 - Há pouca diferenciação entre os produtos oferecidos ao mercado
 - As barreiras de saída são altas (é difícil sair do mercado)
 - Etc.