

Análise Estrutural de Indústrias

1. Concorrentes na indústria

Quantas firmas atuam na indústria? As participações de mercado são semelhantes, ou umas poucas concentram as maiores fatias do mercado? As empresas na indústria costumam reagir vigorosamente à entrada de novos competidores? Ou tendem a se acomodar?

O mercado está em expansão, ou estagnado? Os custos fixos ou de armazenamento são altos? A firma pode crescer por pequenos incrementos da capacidade produtiva, ou somente por meio de grandes investimentos? Há a possibilidade de as firmas adotarem estratégias divergentes (por exemplo, em relação à qualidade do produto), atendendo diferentes perfis de consumidores?

As tecnologias fundamentais empregadas pelas firmas estão consolidadas, ou em rápida mudança? As firmas lançam novos produtos continuamente, ou os produtos permanecem idênticos por longos períodos?

As leis e regulamentos que se aplicam à indústria são estáveis no tempo? A aplicação da lei é efetiva? Os resultados são previsíveis?

2. Ameaça de produtos ou serviços substitutos

Os benefícios proporcionados ao consumidor podem ser alcançados por meio de outros produtos ou serviços (ex: disco de vinil, fita magnética, cd, pen drive, streaming ...)? Há algum substituto passível de melhoramentos em seu desempenho? E de redução de custos? As empresas que produzem os substitutos tem recursos para investir no aperfeiçoamento de seus produtos?

3. Ameaça de novos entrantes

Empresas que atuam em outras indústrias tem capacidade e recursos para entrar na indústria? Há barreiras à entrada (economias de escala; diferenciação de produto; necessidade elevada de capital; custos de mudança; acesso a canais de distribuição; acesso a fontes de matérias primas; desvantagens absolutas de custo)? Há barreiras à saída?

As importações de produtos da indústria são fáceis e rápidas? Existem restrições à importação? Impostos e taxas incidentes na importação?

4. Poder de negociação dos fornecedores

Os principais insumos são obtidos em mercados concentrados, dominados por poucas empresas? A empresa compradora é importante (em termos de volume de vendas) para o

fornecedor? Os atributos de qualidade do insumo adquirido de terceiro são importantes para o posicionamento da firma no mercado? É fácil mudar de fornecedor? Há custos de mudança? O fornecedor pode entrar na indústria (integração vertical a jusante) e competir com a empresa?

5. Poder de negociação dos **compradores**

As vendas são concentradas em poucos compradores? Eles podem entrar na indústria (integração vertical a montante) e produzir o produto que a empresa fornece? É fácil encontrar novos compradores?