

Benditos Sejam nossos concorrentes

Escrito por Paulo Kroich
Seg, 01 de Junho de 2020 17:06

"A concorrência pode ser fonte de inspiração para os negócios?"

Benditos Sejam nossos concorrentes....

Quando converso com empreendedores, empresários ou quando analiso um plano de negócios o que me incomoda é o empreendedor que diz não ter concorrentes. Pode até ser que em determinadas atividades a concorrência seja muito remota, mas de certa forma todas as empresas concorrem no mercado (mercado que é o "lugar" onde temos concorrentes, fornecedores e consumidores que podem ser pessoas físicas ou jurídicas) concorrem para aumentar, sua participação, lucratividade, posicionamento, liderança.

Tal resposta preocupa, pois pode indicar que o empreendedor, ou seus colaboradores, não estão atentos ao mercado e às suas lições e ameaças.

Concorrentes não são apenas aqueles que estão oferecendo concorrência em determinado momento, mas também aqueles que têm o potencial de fazê-lo ou até que já o fizeram no passado (mesmo que indiretamente) e que poderão, via reposicionamento estratégico, voltar a oferecer risco para seu negócio.

Um número elevado de empresas aumenta a rivalidade porque mais empresas competem pelos mesmos consumidores e recursos. O dinheiro é escasso e não multiplica no bolso dos clientes na mesma proporção das ações estratégicas. Ainda que existam, relativamente, poucas empresas no mercado, se elas forem similares no tamanho e nos recursos disponíveis, tal fato gera instabilidade, já que elas terão o mesmo poder para competir pelos recursos e consumidores. Quando o mercado é altamente concentrado ou dominado por uma ou poucas empresas, ele tende a ser mais estável e é muito fácil definir quem são os líderes. O líder ou

Benditos Sejam nossos concorrentes

Escrito por Paulo Kroich
Seg, 01 de Junho de 2020 17:06

líderes podem impor a sua disciplina, assim como possuem um papel coordenador no mercado por meio de dispositivos como a liderança em preço, por exemplo.

Da mesma forma, temos que ficar atentos àqueles Concorrentes que não são concorrentes diretos, mas que podem ter a sua atividade como estratégica ou complementar ao seu negócio passar a exercer a mesma de forma extensiva com velocidade muito maior que a sua.

Se existem muitos concorrentes, a instabilidade é inevitável, os rivais sobreviventes terão que crescer mais rapidamente que o mercado, os eventuais perdedores terão um fluxo de caixa negativo se eles tentarem crescer;

Com Diversidade dos concorrentes a competitividade se intensifica se as empresas possuem estratégias, origens e personalidades diversas. Essas diferenças fazem com que as empresas respondam de forma muito diferenciada às ações de outras empresas e isso pode dificultar um acordo que irá gerir as “regras do jogo”. Escolhas estratégicas que são corretas para um competidor, podem ser erradas para os demais. Este fato gera um crescente risco de instabilidade e redução da lucratividade.

A intensidade da rivalidade entre produtos e serviços concorrentes similares é influenciada por muitos fatores. Alguns até podem ocasionar o aumento do potencial de mercado como um todo (o incremento de propaganda de uma empresa pode ampliar a consciência - dos consumidores por aquela categoria de produto ou serviço, o que acaba beneficiando todas as empresas do mercado). Em compensação, outros fatores (como a concorrência de preços) podem deixar o mercado menos atrativo alguns exemplos abaixo levando em conta a intensidade da rivalidade competitiva é forte quando:

- O número de concorrentes é muito grande;
- A diversidade desses concorrentes é alta;
- A taxa de crescimento do mercado é baixa;

Benditos Sejam nossos concorrentes

Escrito por Paulo Kroich
Seg, 01 de Junho de 2020 17:06

- Os custos fixos das empresas envolvidas forem altas;
- Os custos de estocagem forem elevados;
- A diferenciação de produto é pequena;
- Os custos de troca entre produtos da concorrência são baixos;
- As apostas estratégicas são altas.

O Gestor, empresário, empreendedor não se preocupa com os concorrentes.

Por exemplo, supermercados que resolvem investir em lojas menores, oferecendo lanches rápidos, competindo diretamente com as tradicionais padarias de bairro ou empresas de soluções de comércio eletrônico que, da noite para o dia, podem ver seus negócios ameaçados por grandes varejistas.

A entrada de novos concorrentes gera novas condições, o desejo de ganhar participação de mercado e recursos adicionais. Preços podem ser reduzidos, custos serem inflacionados, diminuindo a lucratividade do mercado como um todo.

A ameaça de um novo concorrente depende da presença de barreiras à sua entrada e da reação das empresas já existentes. Se as barreiras são altas e o novo concorrente está preparado para uma forte retaliação da concorrência, a ameaça à entrada é considerada baixa.

A ameaça de um novo concorrente é alta quando:

Benditos Sejam nossos concorrentes

Escrito por Paulo Kroich
Seg, 01 de Junho de 2020 17:06

- As economias de escala são baixas;
- A diferenciação de produto é pequena;
- O capital necessário é baixo;
- Os controles dos canais de distribuição das empresas são pequenos;
- Os direitos de propriedade intelectual não são restritos;
- O acesso às matérias-primas que existem no mercado é pequeno;
- O acesso aos subsídios do governo é fácil.

Taxas de crescimento baixas, como as atuais, levam as empresas a competirem mais intensamente pela participação do mercado. O crescimento da participação geralmente, é conquistado com cortes de preços, o que provoca baixa na lucratividade. Em um mercado em crescimento, as empresas estão aptas a aumentar suas receitas pela simples expansão do mercado.

Sendo assim, mesmo que um empreendedor não identifique um concorrente direto em um primeiro momento, recomendo que continue buscando tais ameaças, principalmente as não tão óbvias.

Pois observar a concorrência é importante também como forma de aprendizado, tal observação, agrega muito valor não apenas na identificação dos acertos mas também dos

Benditos Sejam nossos concorrentes

Escrito por Paulo Kroich
Seg, 01 de Junho de 2020 17:06

possíveis erros a serem evitados .

Assim os compradores influenciam o mercado ao forçar os preços para baixo, demandar maior qualidade ou mais serviços e, portanto, possuem a capacidade de acirrar a concorrência em um determinado mercado. O poder de cada grupo de compradores depende das características, do volume e da importância de suas compras em relação ao mercado total.

Vale ressaltar que os compradores em questão são aqueles que compram os produtos fornecidos pelas empresas que disputam atualmente o seu mercado.

O poder dos compradores é grande quando:

- A concentração dos compradores em relação às empresas vendedoras é maior;
- O volume de compra é alto;
- Há pouca diferenciação de produto entre as empresas do mercado;
- Existe forte possibilidade dos clientes comprarem as empresas fornecedoras;
- Os compradores têm conhecimento dos custos, da estrutura das empresas vendedoras;
- A lucratividade dos compradores é alta;
- A redução de custos por meio dos produtos comprados é pequena;

Benditos Sejam nossos concorrentes

Escrito por Paulo Kroich
Seg, 01 de Junho de 2020 17:06

- A importância do fornecedor para a qualidade do produto final do comprador é baixa;
- A porcentagem de gastos dos compradores em produtos dos fornecedores é alta.

A seguir, uma breve descrição de alguns fatores que influenciam no poder de barganha dos compradores nesta concorrência.

Compradores detêm muito poder quando o mercado é constituído por um grande número de pequenas empresas que vendem para um pequeno número de grandes compradores. Esses compradores de grandes volumes são particularmente fortes se o mercado é caracterizado por pesados custos fixos.

Uma empresa em que 80% de suas vendas são constituídas de negócios com a um número reduzido de clientes, proporcionalmente ao volume total de clientes, está negociando com um comprador muito forte.

O poder dos compradores é grande quando há pouca diferenciação entre os produtos do mercado que podem ser facilmente substituídos por outros de outras empresas, esse fato pode colocar um fornecedor contra o outro diminuindo a lucratividade aumentando a concorrência. Observe o seu mercado.

Se o comprador conhece bem os custos de produção do produto e os custos operacionais da indústria, o poder dele é elevado, manipulando a concorrência e se o comprador pertence a um mercado pouco lucrativo, as margens dos fornecedores são reduzidas, e a concorrência é alta.

Benditos Sejam nossos concorrentes

Escrito por Paulo Kroich
Seg, 01 de Junho de 2020 17:06

Mercados pouco lucrativos criam grandes incentivos para baixos custos de compra. Compradores altamente lucrativos são menos sensíveis a preço quando o item não representa uma significativa fração dos seus custos. Esses compradores podem ter uma visão de longo prazo com o intuito de preservar a saúde dos seus fornecedores e estão menos dispostos a arriscar a ter os problemas potenciais associados com fornecedores financeiramente estrangulados.

O poder dos compradores é alto quando a troca por um produto alternativo é relativamente baixo risco. Isso ocorre quando os produtos ofertados pelo mercado têm pouco impacto nas possíveis reduções de custo para o comprador e é grande quando o produto que o mercado está fornecendo não é de importância estratégica para os compradores.

Buscar os casos de fracassos ou de recuperação vale muito mais do que qualquer treinamento ou especialização em qualquer universidade de primeira linha.

Ler jornais especializados, seguir notícias de veículos no Twitter, entre outros, é uma excelente fonte de notícias. Ao se deparar com casos interessantes, crie uma disciplina para você e seus eventuais colaboradores debaterem esses casos de erros ou fracassos e como vocês enfrentariam situações semelhantes em seu negócio.

Não se trata de ser negativo ou profeta do apocalipse e muito menos de não ter uma visão positiva e otimista em relação ao seu negócio, mas sim de ter planos previamente estruturados para qualquer “acidente de percurso”. Lembre-se de que, embora ninguém deseje que um navio afunde, periodicamente é importante efetuar exercícios de simulação de evacuação e procedimentos para esses casos, pois em eventuais acidentes a tripulação(nossos colaboradores e empresa) estarão muito mais preparadas para enfrentá-los.

Muitos gestores e empreendedores que conheço temem em cogitar potenciais problemas, pois sempre pensam positivamente – alguns julgam que isso pode “atrair” coisas ruins. Não caia nessa, seja positivo mas nunca deixe de ver, pelo menos, o que os outros fizeram de errado, observar os concorrentes e lembre-se da diferença entre os tolos, os inteligentes e os sábios: os primeiros erram e nunca aprendem, os inteligentes, quando erram, aprendem com seus próprios erros, já os sábios, aprendem com os erros dos outros.

Benditos Sejam nossos concorrentes

Escrito por Paulo Kroich
Seg, 01 de Junho de 2020 17:06

Assim

BENDITOS SEJAM SEUS CONCORRENTES

- Que me fazem levantar cedo e render mais o dia.
- Que me obrigam a ser mais atencioso, competente e correto.
- Que me fazem avivar a inteligência para melhorar meus produtos e serviços.
- Que me impõem a atividade, pois, se não existissem, eu seria acomodado, incompetente e ultrapassado.
- Que não dizem minhas virtudes e gritam bem alto meus defeitos, e assim posso corrigir-me.
- Que quiseram arrebatam meu negócio, exigindo-me grandes esforços para conservar o que tenho.
- Que me fazem ver em cada cliente um homem a quem devo servir e não explorar, o que faz de cada um meu amigo.
- Que por sua concorrência, me converteram em um fator de progresso e prosperidade para o meu país.
- Que me fazem tratar humanamente meus colegas de trabalho para que se sintam parte da empresa e transmitam entusiasmo.

Benditos Sejam nossos concorrentes

Escrito por Paulo Kroich
Seg, 01 de Junho de 2020 17:06

Então a concorrência pode e deve ser também a fonte de inspiração estratégica para os negócios !