

A Matriz BCG

A Matriz BCG (Boston Consulting Group) é um modelo utilizado para análise de portfólio de produtos ou de unidades de negócio baseado no conceito de ciclo de vida do produto. Para garantir a criação de valor à longo prazo, a empresa...

A Matriz BCG (Boston Consulting Group) é um modelo utilizado para análise de portfólio de produtos ou de unidades de negócio baseado no conceito de ciclo de vida do produto. Para garantir a criação de valor à longo prazo, a empresa deve ter um portfólio de produtos que contenha tanto mercadorias com altas taxas de crescimento no mercado (que precisam de investimentos) e mercadorias com baixo crescimento (que geram receita).

A matriz tem duas dimensões: crescimento do mercado e participação relativa de mercado (que é a participação da empresa em relação à participação de seu maior concorrente). Quanto maior a participação de mercado de um produto ou quanto mais rápido o mercado de um produto cresce, melhor para a empresa.

Os produtos devem ser posicionados na matriz e classificados de acordo com cada quadrante:

* Em questionamento (também conhecido como "ponto de interrogação" ou "criança-prodígio"): tem a pior característica quanto a fluxo de caixa, pois exige altos investimentos e apresenta baixo retorno e tem baixa participação de mercado. Se nada é feito para mudar a participação de mercado, pode absorver um grande investimento e depois de tornar um "abacaxi". Por outro lado, por estar em um mercado de alto crescimento pode-se tornar um produto "estrela".

* Estrela: exige grandes investimentos e são líderes no mercado, gerando receita. Ficam freqüentemente no equilíbrio quanto ao fluxo de caixa. Entretanto, a participação de mercado deve ser mantida, pois pode virar uma "vaca leiteira" se não houver perda de mercado.

* Vaca leiteira: os lucros e a geração de caixa devem ser altos. Como o crescimento do mercado é baixo, poucos investimentos deverão ser exigidos. Pode ser a base de uma empresa.

* Abacaxi (também conhecido como "cachorro", "vira-lata" ou "animal de estimação", expressões que não traduzem bem o conceito em português): os "abacaxis" devem ser evitados e minimizados em uma empresa. Cuidado com os caros planos de recuperação. Invista se for possível a recuperação, senão desista do produto.

A Matriz BCG tem a vantagem de não apresentar uma só estratégia para todos os produtos.

Tem a função de equilibrar a carteira de negócios e produtos em : geradores e tomadores de caixa.

Algumas desvantagens deste modelo são:

- * Alta participação de mercado não é o único fator de sucesso;
- * Crescimento de mercado não é o único indicador de atratividade de um mercado;
- * Às vezes um "abacaxi" pode gerar mais caixa que uma "vaca leiteira".

De acordo com Bruce Henderson (criador da Matriz BCG): "Para ter sucesso, uma empresa precisa ter um portfólio de produtos com diferentes taxas de crescimento e diferentes participações no mercado. A composição deste portfólio é uma função do equilíbrio entre fluxos de caixa. Produtos de alto crescimento exigem injeções de dinheiro para crescer. Produtos de baixo crescimento devem gerar excesso de caixa. Ambos são necessários simultaneamente."