

# O que é matriz BCG e como usar no seu negócio?

Você sabe o que é matriz BCG? Ela é muito utilizada por empreendedores que precisam melhorar a oferta de seus produtos ou serviços, ajudando a priorizar o que é mais rentável. Se você precisa de uma nova análise da sua carteira, pense em começar a aplicá-la.

Afinal, nem sempre o produto que custa mais caro é aquele que gera mais renda. O esforço despendido em sua produção pode reduzir o lucro e em alguns momentos pode ser melhor priorizar um que seja intermediário.

Neste post, vamos entender melhor o que é matriz BCG e como você pode utilizá-la para melhorar o rendimento da empresa. Pronto? Vamos lá!

## O que é matriz BCG



Não, não é a vacina.

BCG é a sigla de Boston Consulting Group (Grupo de Consultoria de Boston), empresa fundada por Bruce Henderson, que apresentou o modelo pela primeira vez. A ferramenta é utilizada para dispor o portfólio de produtos e serviços e identificar o potencial de cada item com relação ao mercado.

Para isso, classificamos os produtos e serviços em quatro quadrantes, baseados no nível de crescimento da indústria e na posição competitiva (market share). Esses dois âmbitos revelam a possível lucratividade do portfólio da empresa em termos de receita necessária para suportar cada item e receita gerada por ele.

No final, você saberá quais são os produtos e serviços que devem ser priorizados. A matriz ajuda negócios a determinar as oportunidades de crescimento a longo prazo e de decidir quais produtos ou serviços não devem receber investimento ou ser descontinuados.

Para aplicar o modelo de matriz BCG, é necessário estudá-la. Não basta apenas distribuir os itens pelos quadrantes, deve ser feita uma análise, que nem sempre é fácil mas pode ajudá-lo a entender muito sobre seu negócio.

A BCG foi criada inicialmente para negócios de grande porte, mas, com ajustes, pode ser utilizada também por pequenas e médias empresas. A única restrição é com relação a negócios novos. Quem ainda está na fase de planejamento ou nos primeiros anos não tem informações suficientes para entender o histórico de produtos e serviços.

Agora que você já sabe um pouco sobre o que é matriz BCG, vamos aprender a analisá-la e aplicá-la no seu negócio.

## **Como criar uma matriz BCG**

O modelo de matriz BCG é fácil de utilizar, mas alguns especialistas o consideram simplificado demais. Ainda assim, é uma ferramenta importante para começar a entender o potencial do seu portfólio. Você não precisa parar de analisar com ela, mas para traçar as primeiras ideias e ter uma visão geral do que tem disponível, é essencial.

Antes de passar a explicar cada quadrante, vamos entender as dimensões que pautam o modelo de matriz BCG:

## Posição competitiva (market share)

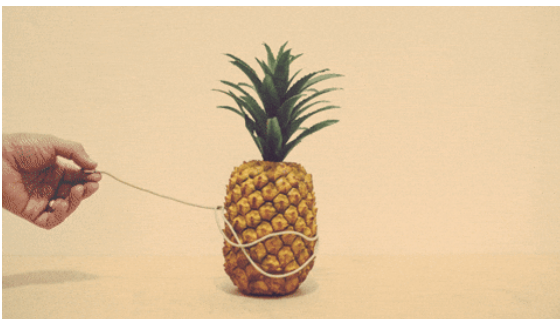
Vamos considerar a posição relativa do produto no mercado. Quanto mais alta a posição, mais alto o lucro, pois uma empresa que produz mais se beneficia da economia de escala e da curva de experiência, o que resulta em maiores lucros. **Ou seja, quanto mais itens produzir, menor será o custo de produção desses itens.** No entanto, vale a pena notar que algumas empresas podem experimentar os mesmos benefícios com menores resultados de produção e menor participação de mercado.

## Taxa de crescimento do mercado

Quanto mais crescimento do mercado, maiores os ganhos e, às vezes, lucros. Mas ao mesmo tempo, mais dinheiro é consumido mas também consome muito dinheiro, que é usado como investimento para estimular o crescimento. **Portanto, produtos ou serviços que operam em indústrias de crescimento rápido são grandes usuários de caixa.** Vale a pena investir somente quando há expectativa de crescimento ou pelo menos manutenção do market share no futuro.

Muito bem, agora que entendemos melhor o que é matriz BCG e quais são seus principais elementos, vamos aos quadrantes.

## Cães / abacaxis

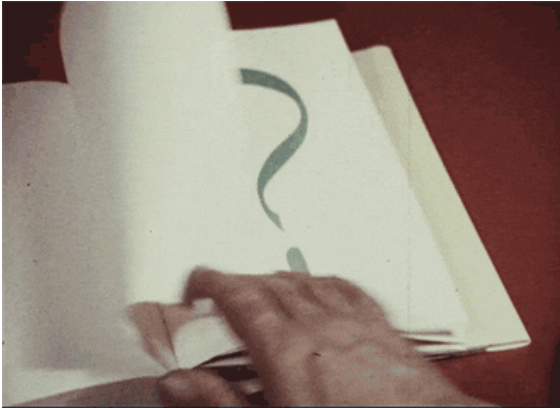


Produtos com pouco market share em um mercado de crescimento baixo. No geral, não compensa tanto investir nos cães porque geram pouco retorno financeiro.

Mas isso não é verdade para todas as companhias. Você pode

querer manter um cão (também chamado de 'abacaxi') para evitar o avanço de um competidor, por exemplo. Por isso, é necessário realizar análises profundas antes de retirar do portfólio.

## Pontos de interrogação



Produtos de mercados que crescem muito, mas têm pouco market share. Muitos pontos de interrogação têm potencial para crescer e se tornarem estrelas e mais no futuro, vacas leiteiras.

Mas isso não acontece sempre, com a possibilidade de se transformar em um cão caso o market share ideal não seja alcançado. Por isso, a análise aqui deve ser profunda antes de considerar investimentos.

## Estrelas



Produtos de mercado em alto crescimento com alto market share. As estrelas são lucrativas, mas também gastam muito dinheiro. O conselho aqui é investir para que elas se tornem vacas leiteiras eventualmente, gerando lucro para o negócio.

Entretanto, investir em uma estrela não quer dizer que ela vá

se tornar vaca leiteira no futuro. Isso depende da movimentação do mercado – os que passam por mudanças rápidas podem receber alternativas mais baratas e de tecnologia mais avançada, por exemplo.

## Vacas leiteiras



Produtos em mercado de crescimento baixo, mas que têm grande market share. Esses itens são os mais rentáveis e devem ser nutridos. O ideal é investir o dinheiro ganhado com as vacas leiteiras nas estrelas, a fim de apoiar seu crescimento.

De acordo com a matriz BCG, não é preciso investir para que as vacas leiteiras cresçam, apenas oferecer o suporte necessário para que mantenham o market share.

## Preenchendo os quadrantes passo a passo

Para facilitar um pouco o entendimento de o que é matriz BCG e o seu processo de análise, siga estes passos:

### Passo 1 – Escolha a unidade

Você pode utilizar o modelo de matriz BCG para analisar marcas separadamente, produtos específicos ou a empresa como um todo. Mas antes de começar, defina esse escopo.

## **Passo 2 – Defina o mercado**

Essa é uma parte importante para que sua análise seja bem sucedida. Um mercado mal definido pode levar a resultados ruins. Por exemplo: se formos analisar a Mercedes-Benz da Daimler no mercado de carros de passeio, seria um cão, com menos de 20% de mercado. Mas, se formos analisar o mercado de carros de luxo, se torna uma vaca leiteira.

## **Passo 3 – Calcule o market share relativo**

Calculamos dividindo o market share da sua marca pelo market share do seu maior competidor. Se o market share do seu competidor foi de 25% e o seu 10% no mesmo ano, seu market share relativo seria 0,4.

No quadrante, deixamos o canto esquerdo superior para 1, o meio para 0,5 e o canto direito superior para 0.

## **Passo 4 – Determine a taxa de crescimento do mercado**

Este índice você encontra em relatórios do mercado, liberados nos veículos de mídia especializada.

## **Passo 5 – Desenhe os círculos na matriz**

Depois de calcular tudo, coloque seus itens distribuídos pelos quadrantes. Desenhe um círculo para cada um e o tamanho do diâmetro deve ser relativo ao lucro que aquele produto, serviço ou marca vale.

## **Matriz BCG e as decisões do empreendedorismo: dicas de leitura**

Como você viu, entender o que é matriz BCG ajuda muito na tomada de decisões de um negócio. Quando você já tem uma carteira diversificada, pode ser a hora de colocar tudo em

perspectiva e compreender o que vale mais a pena.

Claro, os quadrantes podem ser uma representação simplificada da realidade, mas isso não tira a compreensão do “todo” que eles trazem. Para ajudá-lo ainda mais com as decisões da sua empresa, confira esses livros:

- [The Effective Executive](#) – Peter F. Drucker: aprenda a decidir melhor quais são os próximos passos seguindo estratégias inovadoras que as outras pessoas ignoram.
- [Pense Como um Freak](#) – de Stephen J. Dubner: pense de forma não tradicional para resolver problemas de formas eficientes e menos complexas do que imaginava.
- [Dobre Seus Lucros](#) – Bob Fifer: conheça maneiras de reduzir custos e melhorar os resultados da empresa em seis meses ou menos.
- [Contágio](#) – Jonah Berger: Entenda por que algumas coisas geram buzz e fisgam consumidores e outras nem tanto.

Para aprender mais sobre o mundo dos negócios, não deixe de acessar o 12Min. Conte para nós o que achou da plataforma, ficaremos felizes em saber a sua opinião! Boa leitura! ☐