

1- Concorrência - Alta

Alguns concorrentes da Alphabet, estão em diversas áreas, pois a empresa apresenta diversos serviços diferentes.

Em buscadores de pesquisa, temos o Bing, Microsoft Edge e DuckDuckGo, por exemplo.

No ramo de inteligência artificial, temos a Open Ai, a AWS da Amazon, a Azure da Microsoft.

Na parte de carros autônomos, a BYD e a Tesla.

A que compete em mais ramos diretamente é a Microsoft, pois também têm fortes participações em cloud, construções de hardware e inteligência artificial. Porém todas as citadas acima, também tem grande expressividade no mercado, e por terem serviços similares e com boa qualidade apresentam um risco considerável.

2- Poder de Barganha dos Fornecedores - Média

Para a parte de hardwares necessários para as operações, Intel, Nvidia, Pegatron e Samsung.

Para a área de buscadores, temos a Equinix (hospeda alguns servidores), a Cisco Systems (para conexão e distribuição de dados), ou a Cloudflare (para segurança).

Para Inteligência artificial a Micron, Samsung e Nvidia.

Para serviços em nuvem a Marvell, AMD e Juniper.

E para carros autônomos a LG, Velodyne e a Continental.

As empresas que são fornecedoras em maior quantidade distinta de áreas, são, Nvidia, Samsung e Intel, fornecendo uma grande variedade de hardwares, para as diversas áreas que a Alphabet atua. Portanto é interessante tomar cuidado para não ter setores muito concentrados em empresas específicas e problemas no suprimento.

3- Ameaça de produtos substitutos - Média

Os substitutos, da parte de busca pode ser o Bing, ou DuckDuckGo e OpenAI como já citados anteriormente. Mas também, TikTok e Reddit que são utilizados como fonte de pesquisa por jovens atualmente.

No ramo de IA, temos a OpenAI, Anthropic, Meta e outras, mas também a Mistral ou LLaMA, IAs open source.

Para serviços em Nuvem, a AWS, Azure (que são até mais relevantes nesta área que a Alphabet), ou containerização das operações, com Kubernetes ou Docker.

E para carros autônomos, temos os substitutos diretos sendo os carros autônomos da Tesla e BYD, porém, como indiretos temos a Uber, Lyft e até mesmo o transporte público.

Portanto, é preciso tomar cuidado, porque em alguns ramos a atuação da Alphabet, sequer é a mais presente mesmo já atualmente, porém, é uma marca que já é bem consolidada e forte no mercado global.

4- Poder de barganha dos compradores – Baixa

O Grande ponto que torna baixo é porque a maior parte dos produtos da Alphabet são gratuitos e já são amplamente utilizados, dados como padrão até mesmo em escola de ensino básico (usar o google Chrome, ao invés do Edge, ou o Google Docs ao invés do Word).

O único tipo de cliente que pode gerar uma preocupação a mais, são os anunciantes, pois eles podem escolher diversas outras plataformas para encontrar seu público-alvo mais facilmente (como por exemplo o TikTok, o Facebook Ads, entre outros).

O que ela consegue combater relativamente bem, inovando em formatos de anúncio e gerando um ecossistema dos produtos que torna mais fácil do usuário de adaptar e mais difícil e se desvincular (por perder os benefícios do ambiente integrado), trazendo mais segurança para os anunciantes.

5- Novos concorrentes - Baixa

É muito improvável de haverem novos concorrentes (com exceção da própria Alphabet investir em uma nova área), porque, existem alguns delimitadores que tornam difícil o surgimento de empresas novas nos ramos onde a Alphabet já atua.

Estes sendo, os altos custos e tecnologias avançadas necessárias para ter eficiência similar, outro fator é o extenso conhecimento de mercado que a Alphabet já detêm, e uma massiva rede de dados para IA ou publicidade, além disso, pelo fato de reconhecimento da marca, marcas já estabelecidas, têm a confiança do público, enquanto as novas podem demorar pra conquistar.

O maior problema seria se alguma empresa concorrente apoiasse algum novo entrante na área para tentar derrubar a Alphabet, porém mesmo assim poucos conseguem competir com o tamanho que ela representa hoje, por exemplo, nenhuma empresa conseguiu bater o Google Search ou o Youtube (pelo menos não em sua totalidade, aplicativos como TikTok e Spotify, detêm nichos desse mercado).