# Qual é o ciclo de vida de uma empresa ou do plano estratégico?

Nascimento – Quando a empresa inicia sua vida (V0). Ela possui uma pequena curva de aprendizado para iniciar suas atividades.

Crescimento – Quando a empresa busca por um posicionamento, o reconhecimento. É o período de ascensão da organização

Maturidade – Quando a empresa chega ao topo do seu crescimento. É um período arriscado, pois após a maturidade inicia-se o declínio.

Declínio – A empresa começa a sentir o efeito de mudanças externas e começa a não responder bem às necessidades externas. Após esse período ela pode: Rever sua estratégia objetivando um renascimento ou morrer (abandonar o mercado).

# Explique e dê exemplos sobre o que é o posicionamento estratégico.

É a paixão da empresa, como ela vai ao mercado (como ela se apresenta). Após ampla análise sobre os o ambiente externo e interno (Fatores críticos de sucesso, ameaças e oportunidades, forças e fraquezas) a empresa deverá construir o seu posicionamento estratégico e basear-se nele para criar sua estratégia de negócio.

O posicionamento estratégico poderá ser amplo ou focado em nichos, sendo que no primeiro eu posso escolher entre: ser o líder em custo (ganho mais quando vendo mais), diferenciado (vendo um produto mais caro, pois é diferenciado, só eu faço ou faço melhor), líder em coordenação (é um meio-termo entre líder custo e de diferenciação, é o caso da UPS).

# Visto que uma empresa escolhe a liderança em custos. O que ela objetiva, como, quando e quais são suas principais dificuldades?

A liderança em custo é baseada num modelo em que a empresa ganha mais se vender mais barato que os seus concorrentes (ganho em escala). Para isso ela deve ter custos de produção baixíssimos, vender produtos ou oferecer serviços padronizados ou com pouquíssimas variedades e procurar sempre na sua cadeia de valor por possíveis despesas que possam ser retiradas.

Esse tipo de empresa possui um tempo muito curto para ascender no mercado e trabalha normalmente com produtos / serviços *commodities*, por isso as atividades de P&D são um tanto restritas e os prazos bastante apertados.

As dificuldades que esse tipo de empresa tem são:

* Como o ganho acontece no preço, caso algum concorrente passe a oferecer um preço mais baixo para o cliente obriga automaticamente a empresa a tentar baixar o seu preço (redução da margem de lucro e / ou dos custos de produção).
* Quando vários concorrentes iniciam uma redução de preços começa a guerra de preços.
* Novos entrantes com custos mais baixo de produção.
* Valorização cambial pode tornar os custos de produtos provenientes de mercados estrangeiros mais baratos do que os produzidos nacionalmente.

# Visto que uma empresa escolhe a diferenciação. O que ela objetiva, como e quais são suas principais dificuldades?

A diferenciação caracteriza-se pelo ganho não no baixo preço de um produto, mais na qualidade ou características importantes e diferenciadas que o meu cliente percebe nos meu produto / serviço como sendo único.

Uma empresa com esse posicionamento estratégico para obter ganhos deve sempre prover produtos únicos, inovadores e diferenciados para seus clientes.

As principais dificuldades são: