



Estratégias Genéricas

Curso Superior de Tecnologia em Processos Gerenciais
Prof. Alfredo Ribeiro Cárdenas

Estratégias Genéricas



ESTRATÉGIAS GENÉRICAS

Existem três estratégias potencialmente bem sucedidas que podem criar uma posição defensável no longo prazo em um indústria, ou seja, para superar outras empresas num determinado mercado (PORTER, 1986):

- 1) Liderança no custo total
- 2) Diferenciação
- 3) Enfoque



VANTAGEM COMPETITIVA

ESCOPO
COMPETITIVO

Alvo
Ampla

Alvo
Estreito
(segmento)

Liderança em
Custo

Diferenciação

Enfoque

Custo

Diferenciação

Estratégias Genéricas

ESTRATÉGIAS GENÉRICAS

1) Liderança no custo total

✓ Consiste em alcançar a liderança numa indústria por meio da **busca do menor custo total de determinado produto ou serviço**, em relação aos seus concorrentes, entretanto, **sem ignorar elementos ou atributos essenciais /qualidade do artigo comercializado**.



✓ Liderar no custo total significa, **por exemplo, buscar um aluguel menor** que o da concorrência, **equipamentos** que precisam de **menos manutenção**, investir **pouco em publicidade**, **reduzir gastos com salários apenas ao essencial**, etc.

✓ Liderar no custo envolve, muitas vezes, **buscar atingir uma grande parcela de mercado**.

1) Liderança no custo total

FORT
ATACADISTA

LÍDER
ATACADISTA

COMBO
ATACADISTA



giassi
SUPERMERCADOS

LOJAS AMERICANAS
Grandes marcas, preços baixos, todos os dias.



CASAS
BAHIA

ESTRATÉGIAS GENÉRICAS

2) Diferenciação

- ✓ Consiste em **criar algo diferenciado**, no produto ou serviço oferecido, que **seja único em relação ao restante da indústria**.
- ✓ A diferenciação pode estar em **um ou vários elemento(s)/atributo(s) do produto/serviço**, desde que isso **seja percebido e valorizado** pelos consumidores.



- ✓ Diferente da liderança no custo, a **diferenciação torna**, algumas vezes, **inviável a obtenção de uma grande parcela de mercado**. Mas o diferencial do produto/serviço torna esta **estratégia viável para obter retornos acima da média**.

ESTRATÉGIAS GENÉRICAS

2) Diferenciação



CIRQUE DU SOLEIL



ESTRATÉGIAS GENÉRICAS

3) Foco/enfoque

✓ Ao utilizar-se desta estratégia uma organização deve **focalizar um determinado grupo comprador, um segmento da linha de produtos, ou um mercado geográfico**. Ao contrário das outras estratégias (que visam explorar a indústria como um todo) o enfoque procura **atender excelentemente apenas um determinado alvo**.



✓ Neste sentido, a **estratégia de enfoque** acaba atingindo a **diferenciação, ou o menor custo** – ou ambos – **naquele nicho específico**, mesmo que não atinja em relação à indústria como um todo.

✓ Em teoria, a empresa com estratégia de enfoque **deve buscar o menor custo, ou diferenciação** para aquela determinada região geográfica, ou para aquele **determinado grupo comprador**.

ESTRATÉGIAS GENÉRICAS

3) Foco/enfoque



ESTRATÉGIAS GENÉRICAS

Uma estratégia “meio-termo”

✓ Uma organização que opte como estratégia o meio-termo, ou seja, tente **assumir ao mesmo tempo mais de uma estratégia é uma atitude que a longo prazo não tende a ser sustentável.**

✓ Acredita que é necessário tomar uma única estratégia como fundamental, pois **a execução adequada de cada estratégia genérica exige recursos, virtudes, disposições organizacionais e estilo administrativo distintos.**

✓ Por fim, os riscos de assumir essas estratégias estão atrelados, basicamente, em não atingir com êxito a estratégia almejada, ou que a essência de determinada estratégia (menor preço, diferencial, ou enfoque) não seja valorizada pelos compradores da indústria.



VANTAGEM COMPETITIVA

ESCOPO
COMPETITIVO

Alvo
Ampla

Liderança em
Custo

Diferenciação

Alvo
Estreito
(segmento)

Enfoque

Custo

Diferenciação



Estratégias Genéricas

Curso Superior de Tecnologia em Processos Gerenciais
Prof. Alfredo Ribeiro Cárdenas