



Fabio Veloso Vicente da Silva

**Análise das Estratégias Competitivas na
Indústria Automobilística**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial
para obtenção do título de Mestre pelo Programa
de Pós-Graduação no Departamento de
Administração da PUC-Rio.

Orientador: Prof: Jorge Ferreira da Silva

Rio de Janeiro

Maio de 2007



Fabio Veloso Vicente da Silva

**Análise das Estratégias Competitivas na Indústria
Automobilística**

Dissertação apresentada como requisito parcial para
obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-
graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio.
Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Jorge Ferreira da Silva

Orientador

Departamento de Administração – PUC-Rio

Prof. Hélène Bertrand

Departamento de Administração – PUC-Rio

Prof.^a Ângela Maria Cavalcanti da Rocha

UFRJ

Prof. João Pontes Nogueira

Vice-Decano de pós-graduação do CCS

Rio de Janeiro, 22 de maio de 2007.

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem a autorização da universidade, do autor e do orientador.

Fabio Veloso Vicente da Silva

Graduou-se em Engenharia de Produção pela Universidade Federal Fluminense (UFF) em 2003.

Ficha Catalográfica

Silva, Fabio Veloso Vicente da

Análise das estratégias competitivas dentro da indústria automobilística / Fabio Veloso Vicente da Silva; orientador: Jorge Ferreira da Silva. – 2007.

124 f. il. ; 30 cm

Dissertação (Mestrado em Administração)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

Inclui bibliografia

1. Administração – Teses. 2. Estratégia. 3. Grupos estratégicos. 4. Tipologia de Porter. 5. Análise de desempenho. 6. Indústria automobilística. I. Silva, Jorge Ferreira da. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

Para meus pais, Selma e Mauro, pelo apoio e confiança, e também a toda
minha família.

Agradecimentos

Ao Professor Jorge Ferreira da Silva, por sua orientação e contribuição para o aperfeiçoamento da minha formação acadêmica ao longo do curso e especialmente na realização deste trabalho.

Aos meus pais Mauro Sebastião e Selma, e aos meus avós Sebastião e Maria Thereza, pelo amor, carinho, apoio e dedicação de forma incondicional, além da transmissão de valores que foram e estão sendo fundamentais ao longo de minha vida.

A Maíra Fortes de Lima e meus amigos pela compreensão da minha ausência em muitos momentos devido a compromissos exigidos pelo curso.

Resumo

Silva, Fabio Veloso Vicente da; Silva, Jorge Ferreira, **Análise das Estratégias Competitivas na Indústria Automobilística**. Rio de Janeiro, 2007. 124 p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Este trabalho teve como principal objetivo o estudo da indústria automobilística brasileira, relacionando o posicionamento estratégico competitivo das empresas com a formação de grupos estratégicos e o desempenho dos mesmos. O período estudado compreende os anos de 2001 a 2006, a amostra foi formada por 20 empresas ligadas à Abeiva - Associação Brasileira de Importadores Veículos Automotores - e à Anfavea - Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores, e a análise foi baseada na tipologia de Porter. Os resultados demonstraram que empresas que apresentam melhores desempenhos são as que optaram por uma das estratégias genéricas propostas por Porter, no caso a de Diferenciação; as empresas que obtiveram os piores resultados foram as que não apresentaram estratégia definida (*stuck-in-the-middle*).

Palavras-chave

Estratégia; Grupos Estratégicos, Tipologia de Porter, Análise de Desempenho, Indústria Automobilística.

Abstract

Silva, Fabio Veloso Vicente da; Silva, Jorge Ferreira, **Strategy analysis of the automobile industry**. Rio de Janeiro, 2007. 124 p. Master dissertation – Administration Department, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This research aims to study the Brazilian automobile industry, relating the strategic positioning of the companies with the formation of strategic groups and their performances. The studied period started in 2001 and ended in 2006 and the sample was formed by 20 associated companies from Abeiva - the Brazilian Importers Association of Automotive Vehicles and the Anfavea - the National Association of Automotive Vehicles. The study was based on the Porter's typology and the findings showed that the best performances companies are those that applied the generic strategy of Differentiation, moreover, the companies who had gotten the worse result had been the ones who had not presented a well-defined strategy (stuck-in-the-middle).

Keywords:

Strategy; Strategic Groups, Porter's Typology, Performance Analysis, Automobile Industry.

Sumário

1. O problema	15
1.1. Introdução	15
1.2. Objetivos da pesquisa	17
1.2.1. Objetivos intermediários	17
1.3. Delimitação do estudo	18
1.4. Relevância do estudo	18
1.5. Estrutura do trabalho	19
2. Referencial teórico	20
2.1. Introdução	20
2.2. Definições centrais	22
2.2.1. Estratégia	22
2.2.2. Vantagem competitiva	24
2.2.3. Grupos estratégicos	25
2.3. A estratégia e o ambiente	26
2.4. Desempenho	28
2.4.1. Avaliação do desempenho	30
2.4.2. Desempenho entre grupos estratégicos	30
2.4.3. Desempenho dentro de grupos estratégicos	31
2.4.4. Critérios competitivos	33
2.5. Modelo das cinco forças	33
2.5.1. Ameaça de novos entrantes	35
2.5.2. Poder de negociação dos fornecedores	36
2.5.3. Poder de negociação dos compradores	37
2.5.4. Ameaça de produtos substitutos	37
2.5.5. Rivalidade entre concorrentes	38

2.6. Tipologias estratégicas	40
2.6.1. Tipologia de Porter	40
2.6.1.1. Estratégia de liderança através do custo total	41
2.6.1.2. Estratégia de diferenciação	42
2.6.1.3. Estratégia de enfoque	42
2.6.1.4. <i>Stuck-in-the-middle</i>	43
2.6.2. Críticas ao modelo de Porter e novas tipologias	44
2.6.2.1. Críticas à liderança através do custo total	44
2.6.2.2. Crítica à diferenciação	44
2.6.3. Tipologia de Mintzberg	45
2.6.4. Resource-Based View	48
3. Histórico do mercado automobilístico	53
3.1. Histórico brasileiro	53
3.1.2. A década de ouro	54
3.2. Panorama do mercado nacional – abertura do mercado	56
3.3. Competitividade da indústria automobilística	57
3.4. Posicionamento da indústria automobilística	59
3.5. Tecnologia e futuro	60
3.6. Geração de empregos	61
3.7. Indústria automobilística mundial	62
3.8. Design	63
4. Metodologia	66
4.1. Tipo de pesquisa	66
4.2. Universo e amostra	66
4.3. Coleta de dados	67
4.3.1. Seleção das variáveis estratégicas	68
4.3.1.1. Política de preço	68
4.3.1.2. Foco	68
4.3.1.3. Diversificação da linha de produtos	68

4.3.1.4. Assistência técnica	69
4.3.1.5. Credibilidade da marca	69
4.3.1.6. Propaganda	69
4.3.1.7. Melhor compra	69
4.3.1.8. Canais de distribuição	70
4.3.1.9. Produtos em segmentos <i>high price</i>	70
4.3.1.10. Produtos em segmentos de entrada	70
4.3.2. Seleção das variáveis de desempenho	70
4.3.2.1. <i>Market Share</i>	70
4.3.2.2. <i>Market Share</i> ponderado por segmento	71
4.3.2.3. Crescimento do <i>Market Share</i>	71
4.3.2.4. Receita bruta (R\$)	71
4.3.2.5. Preço médio (R\$)	71
4.3.2.6. Satisfação dos consumidores	72
4.4. Tratamento de dados	72
4.5. Limitações do método	73
5. Análise dos resultados	75
5.1. Análise da normalidade das variáveis	75
5.2. Análise de correlações	76
5.3. Redução do espaço estratégico	81
5.4. Formação dos grupos estratégicos	84
5.5. Apresentação dos grupos estratégicos	88
5.5.1. Análise dos grupos estratégicos	89
5.5.1.1. Grupo 1: Liderança através do custo total	90
5.5.1.2. Grupo 2: Diferenciação	91
5.5.1.3. Grupo 3: Enfoque em custo	93
5.5.1.4. Grupo 4: Enfoque em diferenciação	93
5.5.1.5. Grupo 5: <i>Stuck-in-the-Middle</i>	94
5.6. Comparação de desempenho entre grupos estratégicos	95

6. Conclusão	101
6.1. Conclusões sobre os resultados da pesquisa	101
6.2. Sugestões para futura pesquisa	117
Referência Bibliográfica	118

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Alternativas de medição de desempenho.	32
Tabela 2 - Principais barreiras de entradas	39
Tabela 3 – Empresas participantes do estudo	67
Tabela 4 – Teste de normalidade das variáveis de desempenho	75
Tabela 5 – Teste de Kolmogorov - Smirnov das variáveis de desempenho	75
Tabela 6 – Teste de normalidade das variáveis estratégicas	76
Tabela 7 – Teste de Kolmogorov - Smirnov das variáveis estratégicas	76
Tabela 8 – Matriz de correlação de Pearson das variáveis estratégicas	77
Tabela 9 – Matriz de correlação de Pearson das variáveis de desempenho	80
Tabela 10 – Resultado da análise de fatores	81
Tabela 11 – Carga final dos fatores após rotação nos eixos	82
Tabela 12 – Fatores resultantes da análise das variáveis estratégicas	84
Tabela 13 – Percentis utilizados para a montagem da matriz inicial dos centróides	85
Tabela 14 – Matriz de centróides iniciais – distribuição teórica	86
Tabela 15 – Matriz de centróides iniciais – distribuição dos percentis aplicados	86
Tabela 16 - Matriz final de centróides	87
Tabela 17 – Teste de Wilcoxon	87
Tabela 18 – Matriz divisão por grupo estratégico	88
Tabela 19 – Grupos estratégicos	89
Tabela 20 – Matriz divisão por grupo estratégico	90
Tabela 21 – Teste de igualdade de desempenho dos grupos estratégicos	95
Tabela 22 – Comparação de desempenho entre grupos estratégicos – teste de Bonferroni	96
Tabela 22b – Continuação da tabela 22	97

Lista de Figuras

Figura 1 – Organização e ambiente	26
Figura 2 – Modelo de Andrews e Christensen	27
Figura 3 – Perspectiva de Porter	29
Figura 4 – Perspectiva neo-austriaca	29
Figura 5 – As cinco forças de Porter	34
Figura 6 – As estratégias genéricas de Porter (1980)	40