

1 Introdução

A indústria automobilística vem passando por uma série de transformações no Brasil e no mundo que impactam diretamente na maneira de se produzir e comercializar veículos, assim como na maneira como é gerida a cadeia de suprimentos (*supply chain management*). Atualmente, o nível de competição no mercado aumenta e, como resposta, as montadoras lançam novos modelos buscando atender a cada vez mais diferenciada demanda dos consumidores.

A variedade de produtos não é um fato novo, ao contrário do que muitas pessoas pensam. No período que sucede a revolução industrial, praticamente todos os produtos eram produzidos de forma artesanal, tornando-se, por definição, mercadorias feitas sob medida, ou seja, customizadas (Bennett e Forrester, 1994). Assim, a proliferação da variedade de produtos vem se constituindo em tema abrangente e contemporâneo que pode ser estudado sob diferentes perspectivas (Fisher e Ittner, 1999; Goldenberg *et al*, 2001; Ramdas e Sawhney, 2001; Dewan, Jing *et al*, 2003; Hui, 2004; Souza *et al*, 2004; Carvalho, 2005; Bish *et al*, 2005; Blecker e Abdelkafi, 2006; Polo e Chernatony, 2008; Seltene e Brunel, 2008; Vaagen e Wallace, 2008; Mendelson e Parlakturk, 2008).

Neste contexto, a literatura acadêmica sugere que a variedade de produtos ganha uma importância cada vez maior dentro das estratégias de negócios das empresas (Frey, 1994; McCutcheon *et al*, 1994; Da Silveira, 1998). Tal tendência tem motivado o surgimento de diversos estudos por parte da academia e da indústria, como por exemplo, os projetos intitulados “Intelligent Logistics for Innovative Products Technologies” (ILIPT) e “3DayCar” (Rocha, 2005).

O “3DayCar” teve por objetivo reduzir o tempo de espera por parte do cliente final, visando beneficiar não apenas este, mas também fornecedores de auto-peças e fabricantes de veículos. Para o desenvolvimento do projeto utilizou-se de dados da indústria automotiva britânica.

O ILIPT é um projeto que continuou o “3DayCar” e visou repensar a gestão da cadeia de suprimentos da indústria automotiva européia, de forma que em 15 anos o intervalo de espera de um veículo fosse reduzido a cinco dias úteis, a partir

do momento em que o cliente realizasse o pedido. O ILIPT foi desenvolvido por empresas significativas do setor automotivo (BMW, DaimlerChrysler, Siemens VDO e TyssenKrup), em conjunto com diversas universidades (University of Bath, University of Cambridge e PUC-Rio) e importantes institutos de pesquisa envolvidos com a indústria automobilística (IML e o IPA do Fraunhofer Gessellschaft).

A presente dissertação realiza um trabalho empírico que tem como objetivo quantificar, comparar e analisar o comportamento da variedade de produtos nos mais significativos mercados automobilísticos mundiais.

A indústria automobilística mundial é representada aqui pelos automóveis de passeio produzidos pelos cinco maiores grupos de montadoras do globo, sendo eles: General Motors (GM), Toyota, Ford, Volkswagen, Honda. Essas montadoras têm uma atuação global e possuem uma participação de mercado em torno de 50%. Nesta pesquisa, as variáveis utilizadas para representar a variedade de produtos na indústria automobilística, são: plataformas, marcas, modelos, versões, tipo de carroceria (*body type*), motorização e transmissão (*power-trains*), pintura e acabamento interno (*paint&trim*), opcionais de fábrica (*factory fitted options*) e acessórios (*dealer fitted options*). A variedade analisada é a reconhecida pelo cliente final (com exceção da variável plataforma) e o escopo de atuação do trabalho é o que se situa a jusante da cadeia de suprimentos da fábrica de automóveis, englobando fábricas das montadoras de veículo, distribuidores e concessionários autorizados.

A presente dissertação está organizada em 6 capítulos, sendo o primeiro o introdutório. O segundo capítulo se dedica à revisão bibliográfica sobre a variedade de produtos. O terceiro desenvolve o método de pesquisa. O quarto e o quinto capítulo apresentam os resultados obtidos na pesquisa e suas análises sobre um *survey* realizado com as cinco maiores montadoras, seguido de um estudo de caso na Ford. O sexto e último dos capítulos oferece as conclusões e as principais considerações do autor, assim como recomendações para pesquisas futuras.