

5 Conclusão

O objetivo dessa pesquisa foi explicar através de tipologias, modelos e ferramentas estratégicas e estatísticas por que algumas empresas de telecomunicações possuem desempenho superior às outras, apesar de sofrerem as mesmas influências dos diversos fatores, endógenos e exógenos, sob mesmas condições ambientais da mesma indústria.

A utilização dos indicadores de desempenho das empresas ROE, ROCE, ROA e Q de Tobin permitiram que fossem feitas comparações entre as diferenças de desempenho entre os grupos estratégicos obtidos através da análise de cluster. Além dos indicadores, a utilização de uma amostra temporal de cinco anos permitiu que a comparação fosse isenta de possíveis oscilações econômicas anuais.

Apesar do embasamento estatístico e do levantamento dos dados por meio de pesquisa qualitativa junto a gestores das empresas, não pudemos verificar empiricamente as ações do ambiente nas estratégias. Os resultados apresentados pelos procedimentos estatísticos não se mostraram relevantes.

Contudo, analisando de forma mais crítica a indústria, observamos a existência de um mercado oligopolista. Com um número reduzido de players que consideram o comportamento e as reações dos concorrentes quando tomam decisões de mercado.

Já a indústria, por ser considerada estratégica, é altamente regulada pelos Estados por intermédio de agências que impõe barreiras de entradas, como licenças e outorgas para a exploração do serviço.

Dessa maneira, em função dessa forte ação Estatal, as demais forças ambientais podem tornar-se nulas ou enfraquecidas a ponto de não serem representativas, explicando a falta de resultados concretos em relação às forças ambientais e ao impacto no desempenho das empresas.

Por outro lado, em virtude dos dados terem sido coletados através de pesquisa qualitativa com os gestores das empresas estudadas, conforme já mencionado, pode ter ocorrido um viés estatístico proposto por Snow & Hambrick (1980) e descrito na metodologia em função de problemas nas respostas aos questionários ou do pequeno número de adesões (noventa e dois questionários respondidos).

Em relação ao desempenho, apesar do descarte de duas variáveis de desempenho e da relevância estatística apresentada apenas por uma das demais mantidas, conseguimos demonstrar que uma estratégia escolhida pode impactar diretamente no desempenho financeiro de uma empresa.

Foi possível observar, através dos testes estatísticos multivariados e não paramétricos, que existe uma diferença de performance entre os clusters estratégicos classificados segundo a tipologia proposta por Miles & Snow (1978).

Os resultados obtidos no estudo geraram uma evidência comprobatória para o desempenho superior do cluster 2 – defensores, onde foi posicionado o maior número de empresas, 11, em relação aos clusters 1 – prospectores, cluster 3 – analíticos e cluster 4 – reativos, este último o grupo das empresas sem estratégia.

Porém, segundo Albergoni e Pelaez (2003), o paradigma tecnológico possui limites definidos por seu ciclo de vida. O ciclo se inicia com uma difusão inicial, quando surgem as inovações em produtos e processos proporcionando oportunidades de investimentos, novas indústrias e novos sistemas, a fase da inovação radical. Após esse período observa-se um crescimento rápido com a consolidação das empresas e a exploração de inovações sucessivas.

Em seguida observa-se uma fase de crescimento tardio com a desaceleração do crescimento e a difusão do paradigma tecnológico para outros setores, e por fim chega-se à fase de maturação com a saturação dos mercados, padronização de produtos e processos com pequenas inovações que trazem pouco aumento de produtividade.

Assim, produzir apenas um produto limitado, focado em um pequeno segmento potencial do total do mercado, com limites definidos, impedindo novos entrantes de ingressarem nesse nicho de mercado é mais eficiente e gera desempenho superior para as empresas que seguem essa estratégia.

Contudo, faz-se importante ressaltar que o advento tecnológico não se encontra no mercado de prestação de serviços e sim no mercado de desenvolvimento de hardware e software, altamente comoditizado, influenciado diretamente pela necessidade dos clientes do mercado de serviços.

Outra evidência de que o mercado encontra-se nessa fase advém das grandes consolidações e fusões que vêm ocorrendo no setor, onde empresas vêm unificando as operações acabando com a competição e a divisão do mercado entre organizações, como por exemplo AT&T e T-Mobile, em processo de aprovação, Oi e Brasil Telecom, Telecom Itália e Telefônica, Sprint e Nextel, dentre outros.

Assim, a teoria do paradigma tecnológico de Albergoni e Pelaez (2003), a quantidade de fusões, unificações e negociações e a comoditização de equipamentos e hardware parecem suportar os resultados obtidos e explicar porque a estratégia defensora tem sido mais bem sucedida nesse mercado.

Os resultados mostram-se consistentes em função das premissas do mercado, altamente intensivo em capital e altamente regulamentado, e da análise das empresas e seus grupos estratégicos.

Por fim, os resultados da análise sugeriram um alinhamento entre a tipologia utilizada e os resultados estatísticos, comprovando empiricamente os pressupostos e premissas iniciais da pesquisa.

5.1. Sugestão de novas pesquisas

Apesar do modelo de Miles & Snow (1978) apresentar-se adequado para esse tipo de pesquisa, seria interessante a realização de novos estudos testando outras tipologias com resultados já obtidos.

Outra sugestão seria aplicar outras tipologias e analisar os resultados, confrontando os diversos poderes explanatórios determinando qual delas possui melhor poder descritivo e explicativo.

Sugerimos também que se utilize novos indicadores financeiros de performance, a utilização de dados secundários e uma extensão do período de análise de cinco para dez anos, possibilitando refletir de forma mais eficaz as diferenças de desempenho.