

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



Márcio Neves de Moraes

**Governança Corporativa: Fator Crítico de Sucesso na
Gestão Estratégica de Empresas em Alianças**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada ao Departamento de Administração da PUC - Rio como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientadora: T. Diana L. v. A. de Macedo-Soares, Ph.D.

Rio de Janeiro
Julho de 2005



Márcio Neves de Moraes

**Governança Corporativa: Fator Crítico de Sucesso na
Gestão Estratégica de Empresas em Alianças**

Dissertação apresentada ao Departamento de Administração da PUC - Rio como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Administração. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Profª Teresia Diana Lewe van Aduard de Macedo-Soares

Orientadora

Departamento de Administração – PUC-Rio

Prof. André Lacombe Penna da Rocha

Departamento de Administração – PUC-Rio

Profª Deborah Moraes Zouain

Departamento de Administração – FGV-Rio

Prof. Mário Couto Soares Pinto

Departamento de Administração – PUC-Rio

Prof. João Pontes Nogueira

Vice-Decano de Pós Graduação do CCS – PUC-Rio

Rio de Janeiro, 07 de Julho de 2005

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

Márcio Neves de Moraes

Graduou - se em Engenharia Civil na Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ, em 1996. Pós Graduado em Finanças Corporativas pelo Instituto de Administração e Gerência – IAG – da PUC - Rio. Atua há 10 anos na área de *downstream* do petróleo.

Ficha Catalográfica

Moraes, Márcio Neves de

Governança corporativa: fator crítico de sucesso na gestão estratégica de empresas em alianças / Márcio Neves de Moraes ; orientadora: T. Diana L. v. A. de Macedo-Soares. – Rio de Janeiro : PUC-Rio, Departamento de Administração, 2005.

184 f. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração .

Inclui bibliografia

1. Administração – Teses. 2. Governança corporativa. 3. Alianças estratégicas. 4. Estratégia. 5. Contrato relacional. 6. Estrutura trans-organizacional. 7. Relacionamentos sociais. I. Macedo-Soares, T. Diana L. V. A. de. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração . III. Título.

CDD: 658

À minha esposa, Renata, pelo seu amor e cumplicidade.
Aos meus pais, Mauro e Denise, pelos seus valores.

Agradecimentos

À minha esposa, Renata, pela constante presença, apoio e compreensão.

À minha orientadora, Prof. T. Diana L. v. A de Macedo-Soares, pelos ensinamentos, orientação e estímulo.

Aos meus amigos do mestrado da PUC-Rio, que incentivaram, uns aos outros, para o alcance do grande objetivo: a defesa da dissertação de mestrado.

À PUC-Rio, pelos auxílios concedidos, sem os quais este trabalho não poderia ter sido realizado.

Aos professores que participaram da Comissão Examinadora.

Aos proprietários de postos revendedores que participaram desta pesquisa.

Aos meus amigos que souberam compreender a minha ausência neste período.

Resumo

Moraes, Márcio Neves de; Macedo-Soares Teresia Diana Lewe van Aduard de. Governança Corporativa: Fator Crítico de Sucesso na Gestão Estratégica de Empresas em Alianças. Rio de Janeiro, 2005, 184 p. Dissertação de Mestrado. Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

De forma crescente, as empresas recorrem às alianças estratégicas para terem acesso a recursos complementares e habilidades de outras empresas. A visão atomística, de uma empresa *contra* a outra, dá lugar à visão relacional, de troca, de uma empresa *com* a outra. No entanto, tão importante quanto a escolha do parceiro ideal, é a forma como a aliança é gerida. Surge, então, um novo foco de estudo e atuação, a gestão de alianças estratégicas, ou governança corporativa. De fato, se corretamente conduzida, é o que irá possibilitar a extração do valor pretendido da parceria ao menor custo possível, ou seja, uma maior performance da aliança. Além de ser um dos temas do momento no âmbito estratégico, o estudo da governança corporativa é inédito na indústria brasileira de distribuição de combustíveis. Sendo assim, o propósito deste trabalho é investigar de que forma – leia-se quais mecanismos formais e sociais de governança adotados – as empresas distribuidoras gerem suas alianças com postos revendedores e, ainda, se a utilização de mecanismos sociais de forma complementar aos formais conduz a uma performance superior da aliança. Precisamente, as empresas distribuidoras investigadas nesta pesquisa foram a Esso e a Ipiranga. Para isso, foi realizado um levantamento das percepções (tipo *survey*) de 47 proprietários de postos revendedores no Estado do Rio de Janeiro e uma ampla investigação documental e telematizada. Adicionalmente, foram ouvidos os representantes dos sindicatos (das empresas distribuidoras e dos postos revendedores) e das empresas distribuidoras. Os resultados sugerem que as alianças geridas por mecanismos sociais, complementarmente aos formais, apresentam performance superior quando comparadas às alianças geridas primordialmente por mecanismos formais.

Palavras-chave

Governança corporativa, alianças estratégicas, mecanismos sociais, estratégia, distribuição de combustíveis, contrato relacional, estrutura trans-organizacional, relacionamentos sociais.

Abstract

Moraes, Márcio Neves de; Macedo-Soares Teresia Diana Lewe van Aduard de. Governance: A key success factor for Strategic Management of Firms in Alliances. Rio de Janeiro, 2005, 184 p. MSc. Dissertation. Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Increasingly, firms establish strategic alliances to gain access to complementary resources and abilities. The competitive paradigm is being replaced by the co-operative one. However, as important as the choice for the perfect partner, is the way that this partnership is managed – governance. In fact, the governance, if well implemented, enables firms in an alliance to work closely without the need for costly formal hierarchical controls – better alliance performance. Besides its importance, the issue – governance – has not been studied in the Brazilian fuel industry. Hence the objective of this study: to examine how wholesalers in this industry manage their alliances with their partners – service stations, analysing the different kinds of governance mechanisms used – social and formal. The investigation involved a survey of the perceptions of the service station dealers as well as interviews with the wholesaler managers. The results suggest that the use of social mechanisms, as a complement to the formal ones, can enhance alliance performance.

Keywords

Governance, strategic alliances, social mechanisms, strategy, fuel distribution, relational contracts, trans-organizational structure, social ties.

Sumário

1.	Introdução	14
1.1.	O Problema	16
1.2.	Objetivo	17
1.3.	Relevância do Estudo	18
1.4.	Delimitação do Estudo	19
1.5.	Estrutura da Dissertação	19
2.	Referencial Teórico	21
2.1.	Revisão da Literatura	21
2.2.	Conceitos Centrais – Definições	27
2.2.1.	Estratégia	27
2.2.1.1.	Escola “Positioning”	28
2.2.1.2.	Escola Resource-Based-View (RBV)	28
2.2.2.	Tipologia de Estratégias	30
2.2.3.	Alianças Estratégicas	32
2.2.4.	Governança Corporativa	36
2.2.4.1.	Modelo de Economia de Custos de Transação	37
2.2.4.2.	Modelo de Opções Reais	43
2.2.4.3.	Governança como Fonte de Vantagem Competitiva	44
2.2.5.	Contratos Relacionais	47
2.2.6.	Performance da Aliança	53
2.3.	Suposições	54
2.4.	Ferramental Utilizado na Pesquisa	55
2.5.	Construtos, Variáveis e Indicadores da Pesquisa	56
3.	Metodologia	59
3.1.	Tipo de Pesquisa	59
3.2.	Unidade de Análise	64
3.3.	Seleção dos Casos	64
3.3.1.	População / Sujeitos	65
3.3.2.	Tamanho da Amostra	66

3.4.	Revisão da Literatura	70
3.5.	Coleta de Dados	70
3.5.1.	Pesquisa Documental / Telematizada	71
3.5.2.	Levantamento de Percepções dos Revendedores	72
3.5.3.	Levantamento de Percepções das Empresas Distribuidoras	74
3.5.4.	Observação Participante	74
3.6.	Tratamento de Dados	74
3.7.	Limitações Metodológicas	75
4.	Resultados	77
4.1.	A Indústria Brasileira de Distribuição de Combustíveis	77
4.2.	Histórico da Indústria	82
4.3.	O Macro-Ambiente	92
4.4.	As Empresas Esso e Ipiranga	99
4.4.1.	Estrutura Trans-organizacional	99
4.4.2.	Mecanismos Formais e Sociais de Governança	101
4.4.2.1.	Poder	103
4.4.2.2.	Comprometimento	107
4.4.2.3.	Comunicação	109
4.4.2.4.	Flexibilidade	112
4.4.2.5.	Confiança	113
4.4.2.6.	Interdependência	114
4.4.3.	Performance da Aliança	115
4.4.4.	Performance da Aliança Percebida	123
5.	Discussão dos Resultados	127
5.1.	Os Benefícios da Utilização de Mecanismos Sociais de forma Complementar aos Formais	127
6.	Conclusão	134
7.	Referências Bibliográficas	137

8.	Anexos	149
8.1.	Questionário Versão Final	149
8.2.	Formulário Esso	156
8.3.	Formulário Ipiranga	159
8.4.	Formulário SINDICOM	162
8.5.	Contrato Esso	164
8.6.	Contrato Ipiranga	176

Lista de Figuras

Figura 1 – Modelo VRIO	29
Figura 2 – Continuum da Governança	36
Figura 3 – Representação Esquemática do Downstream Nacional (Combustíveis Automotivos)	80
Figura 4 – Alíquotas de ICMS por Unidade da Federação	90

Lista de Tabelas

Tabela 1 – Perfil da Amostra por Localização	68
Tabela 2 – Perfil da Amostra por Galonagem	68
Tabela 3 – Perfil da Amostra por Contrato	69
Tabela 4 - Vendas dos Principais Derivados de Petróleo e Álcool Hidratado	78
Tabela 5 - Vendas dos Combustíveis Automotivos por Segmento	81
Tabela 6 – Quantidade de Postos Revendedores por Bandeira	83
Tabela 7 – Participação do Comércio Formal no Mercado Total de Combustíveis	86
Tabela 8 – Índices de Não Conformidade por Produto	88
Tabela 9 – Índices de Não Conformidade por Bandeira	88
Tabela 10 – Carga Tributária nos Combustíveis	90
Tabela 11 – Evolutivo de Participação do Comércio Formal no Mercado Total de Combustíveis	91
Tabela 12 – Variáveis, Perguntas Associadas, Médias Amostrais e Estatísticas de Teste	102
Tabela 13 – Margem de Distribuição da Gasolina em Relação à Margem Média Nacional	119
Tabela 14 – Margem de Distribuição do Diesel em Relação à Margem Média Nacional	119
Tabela 15 – Índices de Não Conformidade Esso <i>versus</i> Ipiranga	121
Tabela 16 – <i>Market Share</i> Revenda – Brasil	122
Tabela 17 – <i>Market Share</i> Revenda – Rio de Janeiro	122
Tabela 18 – <i>Trade off</i> : Custo Transação x Extração do Valor	128

Lista de Quadros

Quadro 1 – Tipologia de Estratégias de Mintzberg	30
Quadro 2 – Tipos de Alianças em Função do Tipo de Relacionamento	34
Quadro 3 – Construto, Variáveis, Indicadores e Implicações Estratégicas	57
Quadro 4 – Fases da Pesquisa e os Métodos de Pesquisa Utilizados	60
Quadro 5 – Principais Publicações Nacionais e Internacionais	70
Quadro 6 – Relação dos Principais Documentos Consultados	71
Quadro 7 – Implicações Estratégicas dos Fatores Macro-Ambientais	93