



Daniela Vieira Cancellia

**Análise das Estratégias Competitivas da Indústria
Brasileira do Café, Baseada na Tipologia de Porter**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para
obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-
graduação em Administração de Empresas do
Departamento de Administração da PUC-Rio.

Orientador: Prof. Jorge Ferreira da Silva

Rio de Janeiro
Março de 2006



Daniela Vieira Cancellia

**Análise das Estratégias Competitivas da Indústria
Brasileira do Café, Baseada na Tipologia de Porter**

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. Angela Maria Cavalcanti da Rocha

UFRJ

Prof. João Pontes Nogueira

Vice-Decano de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro, 08 de março de 2006

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

Daniela Vieira Cancellla

Graduou-se em Administração de Empresas pela PUC-Rio em 1997. Cursou o MBA Management no IAG da PUC-Rio em 2000. Em 2000 atuou como gerente administrativo financeiro da Miscela Forte Importação LTDA, distribuidora e fabricante de sachets de café expresso, aonde trabalhou por cinco anos. Atualmente trabalha na Balbi & Associados, empresa de consultoria e avaliação patrimonial.

Ficha catalográfica

Cancellla, Daniela Vieira

Análise das estratégias competitivas da indústria brasileira do café, baseada na tipologia de Porter / Daniela Vieira Cancellla ; orientador: Jorge Ferreira da Silva. – Rio de Janeiro : PUC-Rio, Departamento de Administração, 2006.

110 f. ; 30 cm

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

Inclui bibliografia

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

CDD: 658

Agradecimentos

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

Aos meus pais, Tânia Mary e José Antonio , pelo amor e carinho a mim dedicados e pela transmissão de valores que foram, são e serão fundamentais ao longo de toda a minha vida.

A Juliana Pamphili pelo apoio na superação de desafios na realização deste trabalho.

Aos meus amigos por compreenderem a minha ausência em muitos momentos.

Resumo

Cancelli, Daniela Vieira; Silva, Jorge Ferreira da (Orientador). **Análise das estratégias competitivas da indústria brasileira do Café, baseada na tipologia de Porter**. Rio de Janeiro, 2006. 110p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O presente trabalho teve como objetivo o estudo da indústria brasileira do café, relacionado ao seu posicionamento estratégico competitivo nos períodos antes e após a desregulamentação do mercado, e a identificação dos desempenhos obtidos na busca de uma vantagem competitiva no atual cenário. Utilizando os dados de questionário respondido por um especialista do mercado e consultas a dados secundários, foi obtido suporte para análise do comportamento estratégico e do desempenho das empresas, tendo como base a tipologia de Porter, com uma amostra de 22 empresas associadas a ABIC, Associação Brasileira da Indústria do Café. Os resultados obtidos mostram que as empresas ainda estão adaptando-se ao novo cenário e buscando um posicionamento estratégico, e sugerem que as empresas com melhor desempenho são aquelas que buscam uma vantagem competitiva, através da diferenciação e redução dos custos. Estes resultados mostram ainda que as empresas que buscam a estratégia de enfoque, conforme a tipologia de Porter, ainda não foram identificadas neste novo cenário de desregulamentação do mercado.

Palavras-chave

Estratégia; grupos estratégicos; tipologia de Porter; análise de desempenho; indústria brasileira do café.

Abstract

Cancella, Daniela Vieira; Silva, Jorge Ferreira da (Advisor). **Analysis of the competitive strategies of the Brazilian coffee industry, based on Porter's typology**. Rio de Janeiro, 2006. 110p. MSc. Dissertation – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The aim of this work was the study of the Brazilian coffee industry, concerning its competitive and strategic positioning before and after the market deregulation, and the performances analysis achieved in the search of a competitive advantage at the present scenery. Using the data of the form answered by a specialist in this market and also consultations of secondary data, we obtained a result for the analysis of the strategic behavior and performance of the companies, using as a basis Porter's typology, for the creation of strategic groups, using as a sample 22 companies members of ABIC, Associação Brasileira da Indústria do Café. The results achieved show that the companies are still adapting themselves to the new scenery and looking for a strategic positioning and suggest that the companies with better performance are those which look for competitive advantage, through the differentiation and costs reduction. These results show yet that the companies which look for a focused strategy, according to Porter's typology, were not yet identified in this new scenery of market deregulation.

Keywords

Strategy; strategic groups; Porter' typology, performance analysis; Brazilian coffee industry.

Sumário

1. Definição do Problema	13
1.1. Introdução	13
1.2. Objetivos da Pesquisa	19
1.3. Delimitação do Estudo	20
1.4. Relevância do Estudo	21
2. Referencial Teórico	22
2.1. Ambiente	24
2.1.1. O modelo das Cinco Forças de Porter	25
2.1.1.1. Ameaça de Novos Entrantes	26
2.1.1.2. Intensidade da Rivalidade entre os Concorrentes Existentes	28
2.1.1.3. Pressão dos Produtos Substitutos	28
2.1.1.4. Poder de Negociação dos Fornecedores	28
2.1.1.5. Poder de Negociação dos Compradores	29
2.2. Influência do Governo na Atratividade da Indústria	30
2.3. Desempenho	30
2.4. Tipologias Estratégicas	31
2.4.1. Tipologia de Porter	32
2.4.2. Tipologia de Miles & Snow	35
2.4.3. Tipologia de Mintzberg	38
2.5. Métodos Competitivos	39
3. Metodologia	41
3.1. Tipo de Pesquisa	41
3.2. Universo e Amostra	42
3.3. Coleta de Dados	43
3.3.1. Seleção das Variáveis Estratégicas	44
3.3.1.1. Política de Preço	45
3.3.1.2. Custo	46
3.3.1.2. Custo	46
3.3.1.4. Qualidade	46
3.3.1.5. Variedades de Produtos	46
3.3.2. Seleção das Variáveis de Desempenho	46
3.3.2.1. Desempenho Geral da Empresa	46
3.3.2.2. Retorno Financeiro	47
3.3.2.2. Retorno Financeiro	47
3.3.2.3. Satisfação do Cliente	47
3.4. Preparação do Questionário	47
3.5. Tratamento dos Dados	48
3.6. Limitações do Método	49
4. Análise de Dados	49
4.1. Análise Fatorial	49
4.1.1. Dimensão Estratégias Competitivas	50

4.1.1.1. Análise de Correlação	50
4.1.1.2. Redução do Espaço Estratégico	52
4.1.1.3. Análise da Variância	53
4.1.1.4. Análise das Estratégias no Espaço Reduzido	54
4.1.2. Dimensão Desempenho	57
4.1.2.1. Análise de Correlação	57
4.1.2.2. Redução do Espaço Estratégico	58
4.1.2.3. Teste de Adequação	59
4.1.2.4. Análise das Estratégias no Espaço Reduzido	60
4.2. Universo e Amostra	62
4.2.1. Dimensão Estratégias Competitivas	63
4.3. Análise dos Grupos Estratégicos	64
4.3.1. Após 2000	64
4.3.2. Entre 1990 e 2000	71
4.3.3. Antes de 1990	75
4.4. Comparação de Desempenho entre Grupos Estratégicos	78
4.4.1. Análise do Desempenho Após 2000	81
4.4.2. Análise do Desempenho Entre 1990 e 2000	84
4.4.3. Análise do Desempenho Antes de 1990	87
5. Conclusões e Sugestões	91
5.1 Conclusões sobre o Resultado da Pesquisa	91
5.2 Sugestões para Futuras Pesquisas	96
6. Referências Bibliográficas	97
7. Anexos	102
7.1 Questionário	102
7.2 Resultado da Análise de Cluster e Distanciamento dos Centróides	108
7.3. Resultado da Análise de Cluster e Distanciamento dos Centróides	111

Lista de Figuras

Figura 1.1 – Evolução do consumo de café no Brasil no período de 1990 a abril de 2005. (ABIC, 2005)	19
Figura 2.1 – Relacionamento entre ambiente competitivo, estratégias e estrutura e processos organizacionais (Silva,1997)	23
Figura 2.2 – Elementos da estrutura da indústria – modelo das cinco forças competitivas – baseado na fig 1-2 de Porter (1985)	26
Figura 2.3 – Estratégias Genéricas de Porter (1980)	35

Lista de Tabelas

Tabela 2.1 – Alternativas de mensuração do desempenho	31
Tabela 2.2 – Porter (1980)	34
Tabela 2.3 – Variáveis Estratégicas Utilizadas por Porter (1980)	40
Tabela 3.1 – Produção e Participação por Grupos de Empresas	42
Tabela 3.2 – Relação das 100 Maiores Indústrias de Café Associadas da ABIC	43
Tabela 3.3 – Grupos Estratégicos: Tipologia de Porter	45
Tabela 4.1 – Matriz de Correlação das Variáveis Estratégicas após 2000	51
Tabela 4.2 – Matriz de Correlação das Variáveis Estratégicas entre 1990 e 2000	51
Tabela 4.3 – Matriz de Correlação das Variáveis Estratégicas antes de 1990	51
Tabela 4.4 – KMO e Teste de Bartlett após 2000	52
Tabela 4.5 – KMO e Teste de Bartlett entre 1990 e 2000	52
Tabela 4.6 – KMO e Teste de Bartlett antes de 1990	53
Tabela 4.7 – Variância Total no Período após 2000	53
Tabela 4.8 – Variância Total no Período entre 1990 e 2000	54
Tabela 4.9 – Variância Total no Período antes de 1990	54
Tabela 4.10 – Carga Final dos Fatores após a Rotação dos Eixos no Período antes de 2000	55
Tabela 4.11 – Carga Final dos Fatores após a Rotação dos Eixos no Período entre 1990 e 2000	56
Tabela 4.12 – Carga Final dos Fatores após a Rotação dos Eixos no Período antes de 1990	57
Tabela 4.13 – Matriz de Correlação após 2000	57
Tabela 4.14 – Matriz de Correlação entre 1990 e 2000	57
Tabela 4.15 – Matriz de Correlação antes de 1990	57
Tabela 4.16 – KMO e Teste de Bartlett após 2000	58
Tabela 4.17 – KMO e Teste de Bartlett entre 1990 e 2000	58
Tabela 4.18 – KMO e Teste de Bartlett antes de 1990	58
Tabela 4.19 – Variância Total no Período após 2000	59
Tabela 4.20 – Variância Total no Período entre 1990 e 2000	59
Tabela 4.21 – Variância Total no Período antes de 1990	60
Tabela 4.22 – Carga Final dos Fatores após a Rotação dos Eixos no Período antes de 2000	61
Tabela 4.23 – Carga Final dos Fatores após a Rotação dos Eixos no Período entre 1990 e 2000	61
Tabela 4.24 – Carga Final dos Fatores após a Rotação dos Eixos no Período antes de 1990	62
Tabela 4.25 – Matriz dos Centróides Finais dos Quatro Grupos Estratégicos após 2000	63
Tabela 4.26 – Matriz dos Centróides Finais dos Quatro Grupos Estratégicos entre 1990 e 2000	63
Tabela 4.27 – Matriz dos Centróides Finais dos Quatro Grupos Estratégicos antes de 1990	63

Tabela 4.28 – Quantidades de Empresas em Cada Cluster após 2000	64
Tabela 4.29 – Grupos Estratégicos Formados na Tipologia de Porter após 2000	64
Tabela 4.30 – Empresas Pertencentes ao Grupo 1 – Fator 1 : Marketing – Número de Empresas: 3	66
Tabela 4.31 – Empresas Pertencentes ao Grupo 2 – Sem Posicionamento Estratégico – Número de Empresas: 7	67
Tabela 4.32 – Empresas Pertencentes ao Grupo 3 – Fator 1 + 2 Sem Posicionamento Estratégico – Número de Empresas: 2	69
Tabela 4.33 – Empresas Pertencentes ao Grupo 4 – Fator 2 : Custo – Número de Empresas:10	70
Tabela 4.34 – Quantidade de Empresas em Cada Cluster entre 1990 e 2000	71
Tabela 4.35 – Grupos Estratégicos Formados na Tipologia de Porter entre 1990 e 2000	71
Tabela 4.36 – Empresas Pertencentes ao Grupo 1 – Fator 2 : Custo – Número de Empresas: 4	72
Tabela 4.37 – Empresas Pertencentes ao Grupo 2 –Fator 1: Marketing – Número de Empresas: 2	73
Tabela 4.38 – Empresas Pertencentes ao Grupo 3 – Fator 1 + Fator 2: Sem Posicionamento Estratégico – Número de Empresas: 3	73
Tabela 4.39 – Empresas Pertencentes ao Grupo 4 – Sem Posicionamento Estratégico – Empresas: 13	74
Tabela 4.40 – Quantidade de Empresas em Cada Cluster antes de 1990	75
Tabela 4.41 – Grupos Estratégicos Formados na Tipologia de Porter antes de 1990	75
Tabela 4.42 – Empresas Pertencentes ao Grupo 1 – Custo – Número de Empresas: 5	76
Tabela 4.43 – Empresas Pertencentes ao Grupo 2 – Sem Posicionamento Estratégico – Número de Empresas: 5	77
Tabela 4.44 – Empresas Pertencentes ao Grupo 3 – Fator 1: Marketing – Empresas: 2	77
Tabela 4.45 – Empresas Pertencentes ao Grupo 4 – Sem Posicionamento Estratégico – Empresas: 10	78
Tabela 4.46 – Tabela de Resumo do Posicionamento Estratégico das Empresas nos Períodos analisados	79
Tabela 4.47 – Teste de Igualdade de Desempenho dos Grupos Estratégicos após 2000	80
Tabela 4.48 – Teste de Igualdade de Desempenho dos Grupos Estratégicos entre 1990 e 2000	80
Tabela 4.49 – Teste de Igualdade de Desempenho dos Grupos Estratégicos antes de 1990	81
Tabela 4.50 – Classificação do Desempenho Geral e Retornos Financeiros dos Grupos Estratégicos Após 2000	82
Tabela 4.51 – Classificação da Satisfação dos Clientes dos Grupos Estratégicos Após 2000	82
Tabela 4.52 – Comparação de Desempenho Entre Grupos Estratégicos Após 2000 – Teste de Bonferoni	83
Tabela 4.53 – Classificação da Satisfação dos Cliente e Desempenho Geral dos Grupos Estratégicos entre 1990 e 2000	85

Tabela 4.54 – Classificação do Retorno Financeiro dos Grupos Estratégicos Entre 1990 e 2000	85
Tabela 4.55 – Comparação de Desempenho entre Grupos Estratégicos Entre 1990 e 2000 – Teste de Bonferoni	86
Tabela 4.56 – Classificação da Satisfação dos Clientes e Desempenho Geral dos Grupos Estratégicos antes de 1990.	88
Tabela 4.57 – Classificação do Retorno Financeiro dos Grupos Estratégicos antes de 1990.	88
Tabela 5.58 – Comparação de Desempenho entre Grupos Estratégicos Antes de 1990 – Teste de Bonferoni	89