



MAPEAMENTO DA ESTRATÉGIA COMPETITIVA POR MEIO DO CONCEITO DE ONTOLOGIA DE MERCADO: UMA ANÁLISE DA INDÚSTRIA BRASILEIRA DE CAMINHÕES

MARCOS FLAVIO DE SOUZA GONCALVES (Autor), SERGIO EVANGELISTA SILVA (Orientador)

A pesquisa teve como objetivo identificar as relações competitivas entre as empresas fabricantes de caminhões do Brasil. Para isso, foi mapeado mais de 90% dos modelos de caminhões. O mapeamento foi realizado através de coleta de dados das fichas técnicas disponíveis nos sites das principais empresas fabricantes de caminhões do Brasil. No mapeamento, além dos modelos foram identificados também suas diversas características técnicas, tais como cavalos de potência, peso bruto total, torque, dentre outros. A partir das discussões do grupo de pesquisadores e de entrevistas com diversos profissionais ligados à indústria de caminhões, tais como funcionários de revendas de caminhões, apreciadores, motoristas e mecânicos, foram selecionados como critérios de classificação dos caminhões: o “peso bruto total técnico”; o “peso bruto total legal”; e os “cavalos de potência”. A partir destes critérios e da classificação resultante, foi possível determinar: • quais as estratégias competitivas de cada empresa; • as principais faixas de atuação das empresas no mercado; • quais empresas são concorrentes diretas e; • os números de veículos fabricados em cada faixa. Acerca das relações competitivas fabricantes de caminhões, pode-se concluir: - O mercado de caminhões brasileiro possui uma extensa segmentação; - Algumas empresas possuem um foco estratégico bem claro em algumas faixas de caminhões (ex: fabricantes que atuam sobretudo na linha pesada; enquanto outros na linha leve); - Algumas empresas procuram uma estratégia de participação em diversas faixas; sem um foco definido; - As relações competitivas entre as empresas atuantes são altamente assimétricas. Ou seja, embora atuem no mesmo ramo, nem sempre são concorrentes diretas. Assim, a pesquisa cumpre seu objetivo ao identificar as relações competitivas entre as principais empresas fabricantes de caminhões atuantes no Brasil, bem como contribui para pesquisas futuras na área, uma vez que uma grande base de dados foi elaborada.

Instituição de Ensino: Universidade Federal de Ouro Preto