

Uma Abordagem via Análise Envoltória de Dados para avaliação das Estratégias de Mix na Indústria Brasileira de Caminhões

LUCAS GUILHERME SEVERINO (Autor), THIAGO AUGUSTO DE OLIVEIRA SILVA (DEENP) (Orientador)

A concorrência perfeita entre indústrias que atuam em um mesmo mercado tem como característica principal a homogeneidade dos produtos oferecidos, onde, a competição pura entre estas indústrias torna o preço um atributo de valor determinante (MORAES; MATTAR, 2014). Para minimizar os impactos deste cenário, as firmas buscam agregar funcionalidades específicas aos produtos de modo a gerar uma maior percepção de valor ao cliente, e assim acabam por segmentar o mercado em que atuam (CONTADOR, 2002; CAMPOS, 2004). Segundo dados do DENATRAN, no ano de 2015 foram licenciados 71.665 caminhões no mercado interno, 91,3% menos se comparado com o ano de 2014. Essa redução da procura torna o mercado ainda mais disputado e o consumidor cada vez mais exigente, fazendo com que as montadoras busquem estratégias que às tornem competitivas. Este trabalho se refere ao levantamento de dados relacionados à quantidade de veículos licenciados por ano no Brasil, assim como, a quantidade de modelos existentes e de concessionárias que cada montadora possui. Pretende-se avaliar, por meio da Análise Envoltória de Dados, a eficiência da composição do portfólio de cada montadora com base nos recursos empregados (número de modelos) e no retorno obtido (total de vendas no segmento). Tal modelo será implementado utilizando as metodologias CCR e BBC. Como resultado, espera-se poder compreender melhor as relações competitivas existentes na indústria para, em um segundo momento da análise, ser capaz de identificar os atributos de valor mais valorizados pelo consumidor em cada segmento. Aproveito para agradecer a Universidade Federal de Ouro Preto pelo apoio financeiro concedido através da bolsa de iniciação científica.

Instituição de Ensino: Universidade Federal de Ouro Preto