

Tese de doutorado da USCS estuda grau de diversificação empresarial e competitividade de sortimento em categorias de produtos

Foram analisados grupos de empresas de grande porte que concorrem em um tipo de negócio e que paralelamente têm diferentes graus de diversificação de negócio

Como o grau de diversificação de negócios e de produtos se relaciona com a competitividade de sortimento em arenas concorrenciais específicas no nível de categoria de produtos de consumo final? Esta foi a pergunta que norteou a tese de doutoramento do pesquisador Agnaldo Antonio dos Santos, do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS). Para responder essa questão, analisou-se grupos de empresas de grande porte que concorrem em um tipo de negócio e que paralelamente têm diferentes graus de diversificação de negócio. São empresas como Unilever, P&G e Colgate (saúde e beleza) e Ambev, Coca-Cola e Heineken (alimentos e bebidas). Escolhidos estes conjuntos de empresas, foi desenvolvida uma metodologia para avaliar o grau de diversificação corporativa e nos vários níveis de negócios nos setores: alimentos, bebidas, cosméticos, têxtil e vestuário. A tese de doutoramento de Agnaldo Antonio dos Santos teve orientação do Prof. Dr. Sergio Feliciano Crispim, do PPGA-USCS.

Para Agnaldo, a pesquisa pretendeu utilizar das lacunas evidenciadas, trazendo à luz os pontos significantes para os estudos sobre a teoria da diversificação de empresas e das estratégias empresariais, passando por grandes negócios empresariais, fusões e aquisições, suas unidades de negócios até alcançar níveis de ofertas de produtos. “Há uma linha tênue entre os negócios, a sinergia da sua atuação, ofertando linhas de produtos, para os mesmos clientes, através dos segmentos escolhidos, nas áreas geográficas similares; assim, precisou de uma análise minuciosa e, em alguns casos, de maneira peculiar”, explica o pesquisador. Como justificativa para sua tese, Agnaldo acredita que esta “poderá contribuir para o avanço das fronteiras do conhecimento na temática abordada, agregando conhecimento ao programa de pesquisa da instituição e em sintonia com a linha de pesquisa Gestão Organizacional”, avalia.

O aluno do PPGA-USCS explica que sua pesquisa concentrou-se basicamente em dois tipos de estratégias de crescimento por meio de diversificação: estratégias no nível corporativo e estratégia no nível de negócio e de produto. “As estratégias de diversificação corporativa são mais abrangentes e aplicadas em diferentes setores, e nem sempre são utilizadas pela maioria das empresas porque demanda mais recursos financeiros. Já as estratégias no nível de negócio são aplicadas em um único setor, e normalmente são utilizados com foco na defesa dos mercados”, revela Agnaldo.

O pesquisador conta que uma das principais estratégias de crescimento das empresas é a diversificação, que pode ser promovida em diferentes dimensões: negócios, produtos, regiões, clientes, canais, entre outros. “Durante as décadas de 1960, 1970 e 1980 houve um incentivo à diversificação de negócio e formação de grandes conglomerados. A partir da década de 1990, a concorrência na maioria dos mercados vem passando por grande escalada em função, principalmente, da aceleração da globalização e da emergência de novas tecnologias, que impactam os processos produtivos, distributivos e comunicacionais das empresas. Neste novo contexto de forte concorrência, que prevalece até os anos 2020, torna-se muito

difícil as empresas atuarem em vários mercados e serem competitivas em todos eles, à medida em que se defrontam cada vez mais com empresas especializadas em mercados bem delimitados”, acredita Agnaldo.

Entre os resultados da pesquisa, Agnaldo aponta que “as empresas mais diversificadas se defrontam com concorrentes especializados na maioria das categorias de produtos e de forma geral ficam em desvantagem competitiva do ponto de vista de sortimento ou número de ofertas na categoria, em algumas situações ficam em paridade competitiva e dificilmente têm vantagem competitiva. Na análise de profundidade foi possível identificar que as empresas muito diversificadas não atuam com profundidade, enquanto empresas que propõem atender poucos ou negócios únicos e poucos departamentos, relacionados entre si, procuram se especializar e diversificar nas categorias de produtos pertencentes a estes negócios”. E continua: “a pesquisa possibilitou avaliar de forma objetiva um tema que é explorado recorrentemente de forma qualitativa na literatura. Se evidencia que as empresas se defrontam com o dilema do crescimento por meio da diversificação e a exposição a concorrentes cada vez mais especializados, que no nível de categorias específicas de produtos conseguem oferecer mais sortimento ou opções para os consumidores. Embora a pesquisa concentre-se na perspectiva quantitativa do sortimento, é plausível supor que empresas mais especializadas teriam maior probabilidade de serem superiores qualitativamente também, que seria um tema passível de exploração em nova pesquisa”, finaliza o pesquisador da USCS.

A tese de doutorado de Agnaldo Antonio dos Santos pode ser acessada na íntegra em: <https://uscs.edu.br/pos-stricto-sensu/arquivo/766>.

O programa de O Programa de Pós-Graduação em Administração – PPGA da USCS é composto por: Mestrado, Doutorado e Pós-Doutorado em Administração. Contempla três linhas de pesquisa: Gestão para o Desenvolvimento e Regionalidade; Gestão Organizacional e Redes Organizacionais e Inovação. Para mais informações sobre o programa, acesse: <https://uscs.edu.br/pos-stricto-sensu/ppga/mestrado-em-administracao>.

Mais informações à imprensa:

Universidade Municipal de São Caetano do Sul

E-mail: imprensa@online.uscs.edu.br

13/4/2023