

## **ESTUDO BIBLIOMÉTRICO DE PUBLICAÇÕES CIENTÍFICAS SOBRE ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS DE 2002 A 2013.**

Maiquel Silva Kelm<sup>1</sup>, Eduardo Wendland Philipp<sup>2</sup>, Jorge Oneide Sausen<sup>3</sup>, Daniel Knebel Baggio<sup>4</sup>, Martinho Luis Kelm<sup>5</sup>

### **RESUMO**

O presente artigo tem como objetivo resgatar o estado da arte do tema de Estratégias Competitivas no período de 2002/2013, a partir do levantamento das publicações nos eventos científicos da ANPAD – Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração e do 3Es - Encontro de Estudos de Estratégia. Da totalidade de trabalhos apresentados nestes dois eventos localizaram-se 273 artigos, a partir de buscas pelas palavras-chave: estratégia competitiva, competitividade, vantagem competitiva, ambiente competitivo. Pesquisou-se nos títulos dos artigos, nos resumos e nas palavras-chave dos trabalhos. O resultado da pesquisa proporcionou uma sistematização das publicações existentes sobre Estratégias Competitivas, disponibilizando um referencial abrangente sobre a temática em estudo.

Palavras-Chave: Bibliometria, Estratégias competitivas, Vantagem competitiva.

## **BIBLIOMETRIC STUDY OF SCIENTIFIC PUBLICATIONS ON COMPETITIVE STRATEGIES OF 2002 TO 2013.**

### **ABSTRACT**

This article aims to rescue the state of the art of Competitive Strategies in the period 2002/2013, from the research of publications in scientific events ANPAD - National Association of Graduate Studies and Research in Management and 3Es - Meeting Study Strategy. Of all the papers presented in these two events were located 273 articles from search for the keywords: competitive strategy, competitiveness, competitive advantage, competitive environment. We searched in the titles of articles, summaries and key words of the work. The research results provided a classification of the existing publications on Competitive Strategies, providing a comprehensive reference on the subject under study.

Keywords: Bibliometrics, Competitive Strategy, Competitive Advantage.

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem com o objetivo realizar um resgate histórico-teórico sobre o tema das estratégias competitivas no período de 2002/2013, a partir do levantamento das publicações nos eventos científico da ANPAD – Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração e do 3Es - Encontro de Estudos de Estratégia. Apresenta-se uma sistematização das publicações existentes, permitindo uma melhor compreensão das diferentes abordagens que a temática propõe em termos de enfoques, metodologias, assim como a origens dos grupos de pesquisa que investigaram sobre este tema.

O estudo está delineado, em um primeiro momento na apresentação das cinco correntes teóricas sobre estratégias competitivas, que são os modelos teóricos que servirão para enquadrar os artigos selecionados em termos de abordagens teóricas predominantes nas publicações sobre estratégias competitivas.

Quatro dos cinco modelos existentes estão sistematizados na obra de Vasconcelos e Cyrino (2000), que são considerados 1) *A Abordagem Clássica da Organização Industrial (SPC)*; 2) *Teoria Baseada em Recursos (RBV)*; 3) *Processos de Mercado*; 4) *Capacidades Dinâmicas*, e o quinto modelo, das 5) *Estratégias Coletivas*.

Na sequência são apresentados os fundamentação base da bibliometria (TAGUE-SUTCLIFFE, 1992; ALVARENGA, 1998; SINGLETON; STRAITS, 1999) que é conceituada como uma técnica quantitativa e estatística de medição dos índices de produção e disseminação do conhecimento científico, capaz de oportunizar aos investigadores os conhecimentos das produções acadêmicas sobre um determinado assunto ou área.

Por fim, a classificação e descrição dos resultados obtidos na categorização dos artigos selecionados a partir dos seguintes indicadores: tipos de pesquisa, estratégias de pesquisa, técnicas de coleta de dados e abordagens teóricas predominantes. Na sequência procedeu-se a busca por artigos correlacionados à temática em questão, selecionando 273 artigos para realização do devido enquadramento.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Em uma tentativa de colocar certa ordem nas teorias de estratégia empresarial que tratam da questão da vantagem competitiva, Vasconcelos e Cyrino (2000), apresentam uma sistematização interessante sobre as correntes explicativas que tratam sobre o tema da competitividade. Estes autores propunham uma estrutura de análise, divididas em dois eixos principais. O primeiro eixo

classifica os enfoques segundo a concepção da origem da vantagem competitiva. Nesse caso, dois modelos teóricos são identificados: a) as teorias que consideram a vantagem competitiva como um atributo de posicionamento, exterior à organização, derivado da estrutura da indústria, da dinâmica da concorrência e do mercado e b) as que consideram a *performance* superior como um fenômeno decorrente primariamente de características *internas da organização* (VASCONCELOS; CYRINO, 2000, p.22).

No segundo eixo são contempladas as abordagens segundo suas premissas sobre a concorrência. Dividem os estudos numa perspectiva que enfatizam uma visão estrutural, estática, da concorrência, fundada na noção de equilíbrio econômico, e os que enfocam os aspectos dinâmicos e mutáveis da concorrência, como inovação e desequilíbrio.

Na sequência serão apresentadas as correntes explicativas da vantagem competitiva, proposta por Vasconcelos e Cyrino (2000).

## **2.1 ABORDAGEM CLÁSSICA DA ORGANIZAÇÃO INDUSTRIAL - SPC**

O posicionamento da firma dentro da estrutura industrial é o principal determinante de seu sucesso ou fracasso no cenário competitivo. Sua estratégia é orientada para o conteúdo – abordagem racional, “de fora para dentro”.

O modelo da indústria é um dos modelos de estratégia empresarial mais difundido ao redor do mundo. Os primeiros trabalhos sobre vantagem competitiva tiveram início a partir do entendimento de Edward Mason e Joe Bain apud Vasconcelos e Cyrino (2000), constituindo o chamado “modelo da nova organização industrial” (*new industrial organization*).

Este modelo compreende que o resultado da organização é implicado pela estratégia de compradores e vendedores de um determinado mercado. Esse comportamento pode ser explicado através da fixação de preços, dos níveis de cooperação e de competição, dos investimentos, da publicidade e das políticas de pesquisa e desenvolvimento.

Para Vasconcelos e Cyrino (2000) o modelo também é conhecido como Análise da Estrutura, Comportamento e Desempenho (SCP: *Structure-Conduct-Performance*) e procura analisar e explicar a lucratividade com a intenção de incitar a concorrência.

Segundo um dos principais autores desta escola, Michael Porter (1999) a lógica dos modelos de organização industrial é muito clara sobre as origens e o sentido de causalidade do modelo, “começando pela estrutura da indústria que determina o comportamento dos agentes econômicos, que determina, por sua vez, o desempenho das firmas”. (VASCONCELOS; CYRINO, 2000, p. 24). O posicionamento da firma dentro da estrutura industrial é o principal determinante de seu sucesso ou fracasso no cenário competitivo.

O modelo SCP vê a vantagem competitiva da organização na capacidade da firma em realizar com eficiência as ações que possam resultar na obtenção de custos mais baixos, sendo capaz de gerar valor diferenciado. Para Porter (1980) as condições iniciais da firma e a escolha dos dirigentes contribuem para a vantagem competitiva.

Os produtos, os consumidores e os competidores são os principais focos de análise neste modelo e a estratégia da empresa está na capacidade de identificar as tendências e as oportunidades, ou seja; uma abordagem de fora para dentro.

Desta forma, Porter (1980) *apud* Mintzberg; Ahlstrand; Lampel (2000). identificou cinco forças no ambiente de uma organização que influenciam a concorrência. São elas:

1) Ameaças de Novos Entrantes: uma indústria é como um clube no qual as empresas ganham acesso por superarem certas barreiras à entrada, tais como economias de escala, requisitos básicos de capital e lealdade dos clientes às marcas estabelecidas, barreiras elevadas diminuem a ameaça de novos concorrentes; 2) Poder de Barganha dos Fornecedores da Empresa: como os fornecedores querem cobrar preços mais altos possíveis pelos seus produtos, surge naturalmente uma luta de poder entre as empresas e seus fornecedores; 3) Poder de Barganha dos Clientes da Empresa: os clientes de uma empresa querem que os preços baixem ou que a qualidade suba. Sua capacidade para fazê-lo depende do quanto compram, de até que ponto estão bem informados, da sua disposição para experimentar e assim por diante; 4) Ameaça de Produtos Substitutos: a concorrência depende da extensão até a qual os produtos em uma indústria são substituídos por produtos de outras; 5) Intensidade da Rivalidade entre os Concorrentes: Todos os fatores anteriores convergem para a rivalidade [...] As empresas manobram para conquistar posições. (MINTZBERG, AHLSTRAND, LAMPEL, 2000, p. 81-83).

As peculiaridades de cada uma dessas forças podem explicar por que as empresas adotam uma determinada estratégia. (MINTZBERG, AHLSTRAND, LAMPEL, 2000). O desempenho de uma empresa está diretamente ligado à estrutura do seu setor de atividade e também no seu posicionamento neste setor, reforçando que a tentativa de ser tudo para todos é uma receita para a mediocridade estratégica e o desempenho abaixo da média, de modo que as empresas precisam fazer uma opção para obter vantagem competitiva (MINTZBERG, AHLSTRAND, LAMPEL, 2000).

A afirmação de Porter (1985) que existem apenas dois “tipos básicos de vantagem competitiva que uma empresa pode possuir: baixo custo ou diferenciação”, em que o “escopo” de uma determinada empresa à série de segmentos de mercado escolhido para dar origem a “três estratégias genéricas” com o intuito de alcançar um desempenho acima da média numa indústria: liderança em custo, diferenciação e foco (escopo). Estas são descritas:

Liderança em custo: A estratégia de liderança em custo, com o objetivo de ser o produtor de baixo custo da indústria, é realizada através do ganho de experiência, do investimento em instalações para a produção em grande escala, do uso de economias de escala e do monitoramento cuidadoso dos custos operacionais totais com programas como downsizing (redução de quadros) e gerenciamento da qualidade total.

Diferenciação: A estratégia de diferenciação abrange o desenvolvimento de produtos ou serviços únicos, com base na lealdade à marca e ao cliente. Uma empresa pode oferecer qualidade mais alta, melhor desempenho ou características únicas; qualquer um desses fatores pode justificar preços mais altos.

Foco: Esta estratégia procura atender segmentos de mercado estreitos. Uma empresa pode focalizar determinados grupos de clientes, linhas de produtos ou mercados geográficos. A estratégia pode ser de foco na diferenciação, pela qual as ofertas são diferenciadas no mercado almejado, ou de foco na liderança em custo, pela qual a empresa vende a baixo custo no mercado almejado. Isso permite que a empresa se concentre no desenvolvimento de seu conhecimento e de suas competências (PORTER, 1985, p. 11)

De forma mais sucinta, o “o modelo da Estrutura – Comportamento – *performance*, supõe que a performance econômica das firmas é o resultado direto de seu comportamento concorrencial em termos de fixação de preços e custos e que esse comportamento depende da estrutura da indústria na qual as firmas estão inseridas” (VASCONCELOS; CYRINO, 2000, p. 23). Também para esses autores os pesquisadores da economia industrial tendem a ignorar os aspectos organizacionais da estratégia empresarial. Destacam ainda que Porter (1985) defende o posicionamento da firma dentro da indústria como o ponto principal na determinação do sucesso ou fracasso no panorama competitivo.

## **2.2 ABORDAGEM DA TEORIA BASEADA EM RECURSOS - RBV**

Esta abordagem da Teoria Baseada em Recursos, também conhecida como *Resource-Based View* – RBV, surgiu nos anos 80, como uma resposta a força dominante da organização industrial. A proposta central desta é o oposto da SPC, encontrando não mais no posicionamento da indústria a ação, mas sim dentro dos recursos e competências controladas pela firma as vantagens competitivas.

No entendimento de Vasconcelos e Cyrino a teoria dos recursos inverte “o sentido da análise estratégica clássica, fundada em primeiro lugar na primazia do mercado para adotar recursos e competências (forças e fraquezas) como sendo a origem das estratégias bem-sucedidas” (VASCONCELOS; CYRINO, 2000, p. 33).

Segundo os pensadores desta abordagem (WERNERFELT, 1984; BARNEY, 1991) as estratégias competitivas devem ser definidas a partir da compreensão das possibilidades a serem operacionalizadas e sustentadas por recursos internos da organização. Desta forma, a origem da vantagem competitiva está nos recursos e competências desenvolvidas e controladas pela organização e de forma consequente na estrutura da indústria a que ela pertence.

De acordo com a RBV as empresas com pessoas, estruturas e sistemas com capacidade superior são mais lucrativas por que se “apropriam das rendas de recursos específicos da firma” (SAUSEN, 2012). As empresas são consideradas “feixes de recursos” (WERNERFELT, 1984) ou

como conjunto de competências e capacidades. Estes recursos e capacidades são vistos como elementos raros, de difícil imitação e substituição, e feitas somente através de alto custo ao quadro de uma organização particular.

Em Hall (1992) há a compreensão de que estes recursos podem ser verificados de formas diferentes. Não há necessariamente a inclusão de apenas recursos físicos e financeiros, mas também recursos intangíveis e ou até mesmo invisíveis. Na abordagem da RBV as organizações constroem os seus recursos específicos, institucionalizando diferentes instrumentos a materialização de um conjunto de valores.

Entre os recursos das empresas, existem alguns fatores que, de acordo com Vasconcelos e Cyrino (2000), dificultam a imitação dos concorrentes, tais como: fatores naturais (geografia, raridade de materiais), mecanismos legais e institucionais (marcas, patentes, reservas de mercado, direitos de propriedade), além de fatores econômicos e organizacionais.

Ainda segundo estes mesmos autores os mercados de recursos são incompletos e imperfeitos, pois muitos recursos não são negociáveis no mercado, propiciando a existência de vantagens competitivas, explicando, ainda, que uma das evidências da teoria dos recursos são as diferenças entre as empresas em razão das diversidades entre suas bases de recursos e competências.

### **2.3 ABORDAGEM DOS PROCESSOS DE MERCADO**

Segundo Vasconcelos e Cyrino (2000), o enfoque da competitividade passa pela capacidade da inovação dos produtos e processos, que modificam a estrutura econômica de toda a indústria. Destaca-se as origens desta abordagem na escola austríaca de economia, cujas contribuições podem ser organizadas em quatro temas principais: a) os processos de mercado; b) o papel do empreendedor; c) a heterogeneidade das firmas e, finalmente, d) um conjunto de fatores não observáveis. (VASCONCELOS; CYRINO, 2000).

Os autores colocam que, para a escola austríaca, o mercado este, longe de ser caracterizado pelo equilíbrio, é um processo de descoberta interativa que mobiliza informações divergentes e conhecimentos dispersos.

As firmas obtêm lucros por meio da descoberta de oportunidades e da mobilização pioneira de recursos operada pelos empreendedores. Estes últimos, motivados pela perspectiva de lucros excepcionais, procuram sempre inovar, gerando novos arranjos econômicos e, conseqüentemente, causando o desequilíbrio do mercado. Tendo em vista que os concorrentes procuram imitar e suplantam os inovadores, introduzindo outras inovações, o desequilíbrio do mercado passa a ser um estado permanente, e não um fenômeno transitório (VASCONCELOS; CYRINO, 2000, p. 30).

O processo de “destruição criativa” (SCHUMPETER, 1988) é o elemento chave provocador da emergência de novas estratégias e, por consequência, de novas formas organizacionais e de novas competências para a busca da vantagem competitiva.

## **2.4 ABORDAGEM DAS CAPACIDADES DINÂMICAS - *DYNAMIC CAPABILITIES***

Os autores que trabalham dentro da corrente das capacidades dinâmicas tentam construir um edifício teórico com base em premissas mais realistas sobre as relações entre as estruturas cognitivas dos agentes econômicos e as decisões estratégicas das firmas. Na análise concebida por Vasconcelos e Cyrino (2000), o enfoque privilegiado nos processos organizacionais permite a criação de uma teoria estratégica mais flexível do que as visões economicistas nas quais os recursos são vistos como elementos estáveis. Nesta abordagem existe um claro processo de renovação dos recursos.

A teoria das capacidades dinâmicas surgiu a partir de um conjunto de colaborações na busca de unificar ideias das teorias dos processos de mercado e recursos e competências e de formular “uma teoria da formação das competências organizacionais em ambientes de alta complexidade e mudança constante” (VASCONCELOS; CYRINO, 2000, p. 32).

Teece Pisano e Shue (1997) referem-se à habilidade de adquirir novas formas de vantagem competitiva como “capacidades dinâmicas”.

Tendo como ponto de partida que as organizações são ambientes que possuem um conjunto de recursos, a abordagem das capacidades dinâmicas busca uma relação entre os processos de decisão, as ações empreendedoras e suas consequências, com a relação da formação, conservação e destruição de recursos.

Hogarth e Michaud (1991) identificam quatro fontes diferentes da vantagem competitiva das firmas, cada qual fundada sobre tipos específicos de recursos:

a) O acesso privilegiado a recursos únicos: Concessões, patentes ou localizações geográficas privilegiadas são exemplos de recursos desse tipo.

b) A capacidade de transformação dos fatores de produção em produtos vendáveis no mercado: esse caso, a vantagem competitiva deriva de capacidades ou processos distintivos acumulados no decorrer do tempo e na empregabilidade de métodos operacionais mais eficientes que os empregados pelas empresas concorrentes. No entanto, esses recursos e essas capacidades são fixos, de modo que a firma não é capaz de modificá-los.

c) A alavancagem de recursos e capacidades: sendo que a empresa é capaz de agir, deliberadamente, objetivando renovar seu estoque de recursos e competências, aperfeiçoando e recombinando os recursos existentes com o objetivo de criar novos produtos e mercados.

d) A regeneração de recursos e capacidades: quando as empresas devem possuir a capacidade de criar um fluxo contínuo de inovações, a partir do desenvolvimento de competências de ordem superior, ligadas à própria capacidade de gerar novas competências e novos recursos. (HOGARTH; MICHAUD, 1991).

Se na abordagem da RBV, os recursos e as capacidades são tratados, essencialmente, como variáveis de estoque, por sua vez, na abordagem das capacidades dinâmicas, o mais importante não é o estoque atual de recursos, mas a capacidade de acumular e combinar novos recursos em novas configurações capazes de gerar fontes adicionais de rendas (VASCONCELOS; CYRINO, 2000).

Nesse sentido, Teece Pisano e Shue (1997) já afirmavam que consideram as capacidades dinâmicas da empresa como a habilidade que ela tem de construir e reconfigurar suas competências para enfrentar as mudanças rápidas do meio ambiente.

Tendo apresentado até aqui as quatro correntes teóricas através da estrutura de análise realizada por Vasconcelos e Cyrino (2000), que abordam as vantagens competitivas a partir de premissas pautadas pela dinâmica concorrencial das empresas, com o objetivo final da maximização de *performance* superior na relação de ampliar ou conservar posicionamentos estratégicos no cenário competitivo. Faz-se necessário, agregar mais uma corrente teórica que trata do tema competitividade e estratégias competitivas, mas com uma abordagem que trabalha as possibilidades de ação organizacionais com um enfoque diferente das abordagens apresentadas até aqui.

A próxima e quinta corrente a ser abordada não limita as suas relações puramente no âmbito concorrencial, mas procura, através dos conceitos de competição e cooperação desenvolver ações colaborativas. Desta forma, a quinta corrente a ser abordada refere-se às estratégias coletivas.

## **2.5 A ABOARDAGEM DAS ESTRATÉGIAS COLETIVAS**

Os pioneiros nesta abordagem são Astley e Fombrun (1983), que apresentam a ideia de colaboração como uma alternativa para a política de negócios. Estes autores substituem os conceitos de competição em cooperação, de organizações únicas em grupo de organizações e de separação em união, realçando o conceito de estratégias coletivas, como sendo “a atividade de formação conjunta de políticas e implementação de ações pelos membros de coletividades interorganizacionais”.

Nos estudos de Nalebuff e Brandenburger (1996) encontra-se o conceito de “coopetição”, definido como um novo e revolucionário modo de pensar, ao combinar as ideias de competição e cooperação simultaneamente. Ambos desejáveis nas estratégias de negócios.



Nos estudos de Balestrin e Verschoore (2008), as empresas ao adotarem o conceito de estratégias coletivas, poderão alcançar e sustentar diferenciais competitivos, tais como:

a) aprendizado mútuo: que levará a empresa a suportar melhor o processo de desenvolvimento de novos produtos;

b) co-especialidade: as empresas participantes tornaram-se lucrativas em novos nichos de produtos e mercados.

c) melhor fluxo de informação: facilitando a coordenação do fluxo de recursos entre as empresas e reduzindo a incerteza nas relações.

d) economias de escala: resultados de investimentos conjuntos, como, por exemplo, em novos projetos de desenvolvimento de produtos.

A argumentação de Nalebuff e Brandenburger (1996) parte do princípio de que o comportamento individualista pode gerar perdas irreparáveis, “como as que normalmente ocorrem em guerras de preços”. Já em uma visão estritamente coletiva e colaborativa, também teria um lado negativo, abrindo “espaço para ações oportunistas de competidores ardilosos, como roubo de segredos”. Neste sentido, a alternativa indicada seria analisar os prós e os contras das estratégias individuais e coletivas, porém adotar estratégias coletivas que possibilitam “as empresas alcançar aqueles objetivos que não atingiriam individualmente”.

Estas estratégias servem tanto para grandes corporações que às usam para competir em escala global quanto para pequenas organizações que, por meio de formas cooperadas e associativas, conseguem sobreviver e competir no mercado.

Para Nalebuff e Brandenburger (1996), mesmo com as evidências teóricas dos atributos das estratégias coletivas, essa é uma temática ainda pouco explorada no campo dos estudos sobre estratégia. Tal fato pode ser explicado por duas razões: a primeira está no recente surgimento dessa perspectiva nos estudos organizacionais; a segunda, e a mais provável, decorrem do fato de as estratégias coletivas e colaborativas colidirem frontalmente com alguns dos postulados clássicos utilizados pela corrente dominante no campo da estratégia, postulados arraigados na perspectiva da competição individualista.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Nas mais diversas áreas do conhecimento, a produção científica é realizada por pesquisadores e grupos de pesquisa das quais estes estão vinculados. Ao realizar uma análise longitudinal, é possível encontrar diferentes possibilidades de pesquisas e enquadramento dos autores, desde autores com publicações esporádicas e a outros que permanecem por um considerável período de tempo realizando pesquisas nesta mesma área.

Uma das possibilidades de análise em relação à concentração e a publicação das áreas de pesquisa está na utilização da bibliometria voltada a da produção científica de uma determinada área.

Para Tague-Sutcliffe (1992) e Alvarenga (1998), a bibliometria é uma metodologia que surgiu no início do século XX devido à necessidade de estudar e avaliar as atividades de produção e comunicação científica. Os mesmo autores ressaltam que a bibliometria estuda os aspectos quantitativos da produção, disseminação e uso da informação registrada, podendo refletir aspectos quantitativos de um determinado campo de conhecimento.

Na mesma linha destes autores, Singleton e Straits (1999), complementam que os estudos bibliométricos podem ser utilizados para o levantamento e a classificação de artigos científicos de um determinado tema, com o intuito de analisar o tipo de pesquisa desenvolvida em um período específico de tempo, possibilitando a realização do estado da arte de um determinado assunto.

Desta forma, a utilização da bibliometria também é válida para o levantamento e a quantificação de aspectos e características relacionadas à produtividade e das ações cooperativas dos autores e das IES, além do agrupamento destes dados em relação a categorias de produção e continuidade (ALVARENGA, 1998).

Portanto, tendo como objetivo a realização de uma sistematização das publicações existentes sobre estratégias competitivas, foi utilizado nesta pesquisa os procedimentos metodológicos da bibliometria (TAGUE-SUTCLIFFE, 1992; ALVARENGA, 1998; SINGLETON; STRAITS, 1999).

Esta pesquisa também possui caráter descritivo, desenvolvida com o objetivo de obter maior compreensão sobre os temas, a fim de descobrir, observar e registrar (ACEVEDO; NOHARA, 2010) o estado da arte das pesquisas científicas que tratam de estratégias competitivas.

Para a coleta de dados foi utilizado o software disponibilizado nos CDs (Anais) do EnANPAD e do 3Es, no período 2002/2013. Para a coleta da amostra de pesquisa foram utilizadas duas filtragens:

1) Realizou-se a busca dos artigos na área ESO - Estratégias Organizacionais, pelas palavras chaves: (estratégia competitiva, competitividade, vantagem competitiva, ambiente competitivo), nos títulos, resumos dos artigos e nas palavras chave;

2) A leitura de todos os artigos filtrados para certificar que os mesmos abordam a temática desta pesquisa – estratégias competitivas.

Com o intuito de garantir a diferenciação dos atores entre os que apresentavam a mesma forma de citação, também foi realizada a conferência individual via consulta direta do *curriculum* da Plataforma *Lattes*.

Como resultado filtrou-se a amostra de pesquisa em 273 artigos que abordam sobre estratégias competitivas de um total de 2035 publicados na área de ESO.

#### 4 RESULTADOS

Os resultados das buscas podem ser observados no quadro1. Pode-se constatar que de um total de 2035 artigos publicados na área de Estratégias Organizacionais 273 contemplavam o tema de estratégias competitivas, representando 13,41% sobre o total de artigos publicados na área durante o período de análise.

Quadro 1 – Análise das publicações

Ano de Publicação	Artigos publicados na área ESO	Artigos sobre estratégias competitivas	%
2002	57	5	8,77
2003	147	26	17,68
2004	52	10	19,23
2005	219	41	18,72
2006	110	10	9,09
2007	229	26	11,35
2008	110	8	7,27
2009	263	48	18,25
2010	115	29	17,39
2011	258	37	14,34
2012	126	11	8,73
2013	349	22	6,30
Total	2035	273	13,41

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.

Destacam-se os anos 2005, 2007, 2009 e 2011, como os períodos de maior concentração de publicações sobre estratégias competitivas. Essa concentração explica-se devido a realização do evento 3Es, congresso específico da área ESO da ANPAD, que ocorre a cada 2 anos.

O Ano de 2004 foi o que apresentou o menor numero do total de artigos publicados, com apenas 52 artigos, porém foi o ano que teve a maior porcentagem de artigos que abordaram o

referido tema, atingindo 19,23% de publicações no campo de estratégias competitivas, ou seja, 10 artigos do total de 52. Já no ano de 2009 constatou-se que as publicações sobre estratégias competitivas atingiram o seu maior número (não em percentual), uma vez que dos 263 artigos adscritos à área ESO, 48 abordaram o tema estratégias competitivas.

No próximo quadro é possível observar a origem dos grupos de pesquisa por Instituição de Ensino Superior (IES) que publicaram os 273 artigos sobre a temática de estratégias competitivas, assim como as produções em co-autorias (entre IES).

O levantamento das publicações por IES de origem identificou a natureza dos grupos de pesquisa que abordaram a temática sobre estratégias competitivas. Neste aspecto percebe-se que as pesquisas sobre esta temática ainda encontram localizadas em maior número nas universidades brasileiras.

Em termos de concentração, das publicações no que tange a origem dos autores, o destaque especial é dado a USP, com 29 artigos (10,6%) do total, seguido vem URGs, 15 artigos (5,5%), EAESP/FGV com 15 artigos (5,5%), Universidade Mackenzie (4%), e UFPE, com 9 artigos (3,3). Essa concentração equivale a 79 artigos do total de 273, ou seja, 1/3 das publicações do tema estratégias competitivas são feitas por pesquisadores originários de grupos de pesquisa destas cinco universidades.

Quadro 2 – Origem dos Grupos de Pesquisa por IES

IES	Nº de Artigos	%
Produções em co-autorias (entre IES)	113	41,4
USP-Universidade de São Paulo	29	10,6
UFRGS- Universidade Federal do Rio Grande do Sul	15	5,5
EAESP/FGV-Fundação Getulio Vargas	15	5,5
Universidade Mackenzie	11	4,0
UFPE-Universidade Federal de Pernambuco	9	3,3
PUCPR-Universidade Católica do Paraná	7	2,6
UNB-Universidade de Brasília	7	2,6
UFMG-Universidade Federal de Minas Gerais	6	2,2
UFRJ-Universidade Federal do Rio de Janeiro	5	1,8
PUC-Rio-Universidade Católica do Rio de Janeiro	4	1,5
UFSC-Universidade Federal de Santa Catarina	4	1,5
UNIFOR - Universidade de Fortaleza	4	1,5
UNISINOS- Universidade do Vale do Rio Sinos	4	1,5
Demais IES	40	15,4
Total	273	100,0

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.

As produções de coautores (entre IES), que totalizam 113 artigos, representam parcerias entre autorias de pesquisadores de diferentes universidades. A pesquisa não consegue definir se estas publicações são decorrentes de trabalhos em redes de pesquisa ou se são consequências de

produções oriundas de trabalhos de dissertações ou teses - em que reúne a parceria de orientadores e orientandos. Este é um dado que merece maior grau de aprofundamento.

O quadro 3 abaixo apresenta os aspectos metodológicos referente aos tipos de pesquisa dos artigos selecionados.

Quadro 3 – Aspectos Metodológicos Tipos de Pesquisa

Tipo de Pesquisa	Nº de Artigos	%
Qualitativa	142	52
Quantitativa	43	15
Qualiquanti	88	32
Total	273	100

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.

A abordagem de pesquisa qualitativa predomina no campo da metodologia dos artigos. São 142 artigos do total de 273 que apresentaram esse embasamento metodológico, significando mais da metade das publicações. Em seguida aparece a abordagem “qualiquanti”, com 88 artigos, representando 32% que utilizaram a conjugação de aspectos tanto quantitativos quanto qualitativos. Finalmente, a abordagem apenas quantitativa aparece em 43 artigos, representando 15% do total de artigos e, portanto, a menor incidência em termos de procedimentos metodológicos nessa área de pesquisa. O próximo quadro apresenta os aspectos metodológicos referentes às estratégias de pesquisa.

Quadro 4 – Aspectos Metodológicos de Pesquisa

Métodos de Pesquisa	Nº de Artigos	%
Estudo de Caso	132	48
Estudo Multicaso	64	23
Análise Teórico-Bibliográfica	40	14
<i>Survey</i>	35	12
Outros Métodos	2	0,73
Total	273	100

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.

De modo geral podemos dizer que quase a metade dos artigos (48%) utilizaram como método de pesquisa o estudo de caso (singular), ou seja, 132 artigos. Em segundo lugar aparecem os estudos multicaso, com 23% dos artigos, ou seja, 64 artigos do total. Artigos teórico/bibliográficos representaram 14%, seguido daqueles que utilizaram a técnica *Survey*, com 12% ou 35 artigos e, finalmente, apenas dois artigos que se enquadram em outros métodos de pesquisa.

Dando seguimento aos resultados, o próximo quadro apresenta as técnicas utilizadas de coleta de dados.

Quadro 5 – Técnicas de Coleta de Dados Utilizadas

Técnica de Coleta de Dados	Nº de Artigos	%
Entrevista	110	40,3
Análise de Conteúdos	63	23,1
Questionários	45	16,5
Entrevista/Questionários	27	9,9
Pesquisa-ação	11	4,0
Entrevistas/Análise de Conteúdos	9	3,3
Questionários/Análise de Conteúdos	3	1,1
Outras Técnicas de Coleta de Dados	2	0,7
Entrevistas/Questionários/Análise de Conteúdos	1	0,4
Estudo Bibliográfico	1	0,4
Questionários/Entrevistas/Análise de Conteúdos	1	0,4
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>100</b>

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.

É possível constatar que a técnica de coleta de dados mais utilizada foi a entrevista, sendo esta utilizada em 40,3% dos artigos. Na sequência, aparece a análise de conteúdo, utilizada em 23,1% dos artigos e a técnica de questionários, com 16,5%. O Quadro 6 apresenta as abordagens teóricas predominantes dos artigos.

Quadro 6 – Abordagens Teóricas Predominantes

Abordagens Teóricas Predominantes	Nº de Artigos	%
SPC	68	24,9
SPC/RBV	66	24,2
RBV	34	12,5
SPC/RBV/Processos de Mercados/Capacidades Dinâmicas	19	7,0
SPC/RBV/Processos de Mercados	18	6,6
Outras Abordagens Teóricas Predominantes	13	4,8
RBV/Processos de Mercados	12	4,4
SPC/Processos de Mercados	10	3,7
Estratégias coletivas	7	2,6
SPC/RBV/Capacidades Dinâmicas	6	2,2
Capacidades Dinâmicas	5	1,8
Processos de Mercados	4	1,5
SPC/Capacidades Dinâmicas	3	1,1
SPC/RBV/Processos de Mercados/Estratégias Coletivas	2	0,7
SPC/Estratégias Coletivas	2	0,7
RBV/Capacidades Dinâmicas	2	0,7
SPC/RBV/Estratégias Coletivas/Capacidades Dinâmicas	1	0,4
RBV/Estratégias Coletivas	1	0,4
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>100</b>

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa.

Do enquadramento das publicações em termos das cinco grandes correntes teóricas trabalhadas sobre vantagens competitivas existentes na literatura, percebe-se que o modelo SPC ainda é o mais utilizado. A abordagem do posicionamento estratégico, da escola clássica de formação de estratégias, que encontra em Porter com referência, ainda é a mais utilizada nos trabalhos que procuram analisar as estratégias competitivas das empresas. Na classificação em

termos de abordagem preponderante foi a que obteve a maior incidência (24,9%). Além de aparecer, também, de forma conjugada com as outras abordagens.

Outra abordagem que obteve destaque foi a RBV que, a exemplo do modelo SPC, também aparece de forma conjugada com outras abordagens em vários artigos. Este modelo, conjugado com o SPC, representou 24,2% das publicações, quase no mesmo patamar do modelo SPC. Isoladamente, o modelo RBV representa 12,5% das incidências. Se juntarmos estes dois modelos, SPC e RBV, sejam eles de forma isolada e/ou conjugada, temos uma incidência na ordem de mais 60% das preferências.

Estas duas abordagens, do posicionamento e dos recursos, talvez pelo fato de serem as mais tradicionais e, também, por serem complementares na explicação da adoção de estratégias competitivas, ainda predominam as preferências no mundo empresarial e, certamente, do campo de pesquisa dos pesquisadores.

Os demais modelos, Processos de Mercado, Capacidades Dinâmicas e Estratégias Coletivas ainda são poucos trabalhados no campo das estratégias competitivas. Quando aparecem, na maioria dos casos estão combinados com outros modelos mais tradicionais. Isso mostra que estas abordagens ainda representam um campo propício de exploração no mundo empresarial, sobretudo com relação aos modos de como competir no mercado.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente artigo caracterizou-se como um estudo bibliométrico sobre o tema das estratégias competitivas. Observou-se que no período de análise (2002/1013) os artigos identificados nas publicações da área ESO dos Encontros da ANPAD e 3Es, que abordam a temática de estratégias competitivas, representam 13,41%, isto é 273 trabalhos de um total de 2035 publicados nestes dois eventos.

Em termos de concentração, das publicações no que tange a origem dos autores, o destacaram-se as produções de coautores (entre IES), que totalizam 113 artigos, representam parcerias entre autorias de pesquisadores de diferentes universidades. A pesquisa não conseguiu definir se estas publicações são decorrentes de trabalhos em redes de pesquisa ou se são consequências de produções oriundas de trabalhos de dissertações ou teses - em que reúne a parceria de orientadores e orientandos. Este é um dado que merece maior grau de aprofundamento.

Os dados coletados levam a conclusão que os grupos de pesquisa da USP, UFRGS e EAESP/FGV são os mais atuantes no campo das estratégias competitivas no corresponde aos dois eventos em análise.

Quando as abordagens teóricas predominantes percebe-se que o modelo SPC é o mais referenciado, com uma incidência de 24,9% dos trabalhos. Ao analisar conjuntamente os dois modelos, SPC e RBV, sejam eles de forma isolada e/ou conjugada, temos uma incidência na ordem de mais 60% das preferências.

Estas duas abordagens, do posicionamento e dos recursos, pelo fato de serem as mais tradicionais e, também, por serem complementares na explicação da adoção de estratégias competitivas, predominam nas preferências no mundo empresarial e também no campo da pesquisa.

O presente estudo apresenta como limitação a quantidade de Eventos/Periódicos analisados, fato este que poderia ser ampliado, abrangendo um número maior de publicações. Periódicos internacionais também poderiam ser inseridos na análise. Outro fator que poderá ser agregado corresponde ao período de análise, o qual também poderá ser ampliado.

## REFERÊNCIAS

- ACEVEDO, C.R.; NOHARA, J. J. Monografia no curso de administração, guia completo do conteúdo e formas: inclui normas atualizadas da ABNT, TCC, TGI, dissertações, teses. São Paulo: Atlas, 2010.
- ALVARENGA, L. Bibliometria e arqueologia do saber de Michel Foucault: traços de identidade teórico-metodológica. *Ciência da Informação* [online], v. 27, n. 3, 1998.
- ASTLEY, G.W.; FOMBRUN, C. J. Collective strategy: social ecology of organizational environments. *Academy of management Review*, v.8, n.4, p.576-587, 1983.
- BALESTRIN, A.; VERSCHOORE, J. Redes de cooperação empresarial – Estratégias de gestão na nova economia. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- BARNEY, J. B. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, v. 17, n. 1, p. 99-120, 1991.
- NALEBUFF, B. J.; BRANDENBURGUER, A. *Co-opetição*. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.
- PORTER, Michael E. *Competitive strategy*. New York: Free Press, 1980.
- PORTER, Michael E. *Estratégia competitiva*. São Paulo. Campus, 1985
- PORTER, Michael E. *Competição = On competition: estratégias competitivas essenciais*. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999
- SCHUMPETER, J. A. *Teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Nova Cultura, 1988.
- SINGLETON, R. A.; STRAITS, B. C. *Approaches to social research*. New York: Oxford University Press, 1999.
- TAGUE-SUTCLIFFE, J. An introduction to informetrics. *Information Processing & Management*, v. 28, n. 1, p. 1-3, 1992.



TEECE, D.; PISANO, G.; SHUEN, A. Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, v. 18, n. 7, p. 509-533, 1997.

VASCONCELOS, F. C.; CYRINO, B. Vantagem competitiva: os modelos teóricos atuais e a convergência entre estratégia e teoria organizacional. *ERA – Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 40, n. 4, p. 20-37, out./dez. 2000.

WERNERFELT, B. A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5, 171-180, 1984.