

Autor: [Jair Francisco da Silva](#)

Título(s): [pt] "Formulação da estratégia competitiva pelo modelo de campos e armas da competição: verificação da validade para um fabricante de autopeças"

[en] "Formularization of the competitive strategy for the model De Campos and weapons of the competition: verification of the validity for a manufacturer of auto parts"

Resumo(s): [pt] Este trabalho objetiva verificar se o processo de formulação da estratégia competitiva de negócio e estratégia competitiva operacional prescrito pelo modelo de campos e armas da competição é capaz de propor estratégias que possam gerar vantagem competitiva a uma empresa do setor de autopeças. Apesar de o modelo de campos e armas da competição ter sido validado, o processo de formulação de estratégia competitiva por ele proposto ainda carece de validação, pois foi testado em poucas situações. A escolha desse setor justifica-se, uma vez que o setor automotivo tem sido a locomotiva que há muitas décadas vem alavancando o crescimento econômico do país. A indústria de autopeças, principal fornecedora das montadoras, também tem acompanhado este crescimento e tem buscado fortemente satisfazer as necessidades, exigências e anseios de um mercado cada vez mais competitivo. Pelos resultados obtidos, pode-se concluir que o processo de formulação de estratégia competitiva de negócios e de estratégia competitiva operacional prescrito pelo modelo de campos e armas da competição gera vantagem competitiva para uma empresa do setor de autopeças. Esse processo baseia-se na tese do modelo de campos e armas da competição: " para a empresa ser competitiva, não há condição mais relevante do que ter alto desempenho apenas nas armas que lhe dão vantagem competitiva no campo escolhido para competir em cada par produto/mercado", tese já anteriormente validada.

[en] This work objective to verify if the formulation process of competitive business strategy and competitive operational strategy prescribed by the model field and weapons of the competition is capable to consider strategies that can generate competitive advantage to a company of the sector of auto parts. Although the model field and weapons of the competition to have been validated, the formulation process of competitive strategy for considered it still lacks of validation, therefore it was tested in few situations. The choice of this sector is justified, a time that the automotive sector has been the locomotive that has many decades comes hand spiking the economic growth of the country. The industry of auto parts, main supplier of the automakers, also has followed this growth and has searched strong to satisfy the necessities, requirements and yearnings of a market each more competitive time. For the gotten results, it can be concluded that the formulation process of competitive business strategy and competitive operational strategy prescribed by the model field and weapons of the competition generates competitive advantage for a company of the sector of auto parts. This process is based on the thesis of the model field and weapons of the competition: "it company to be competitive, does not have more excellent condition of what to have high performance only in the weapons that give competitive advantage to it in the chosen field to compete in each pair product/market ", thesis already previously validated.