

## Análise dos Efeitos da Rivalidade e do Dinamismo na Posição Competitiva da Firma

Alexandre Teixeira Dias<sup>1</sup>

alexandretdias@gmail.com |  0000-0002-0512-9829

Eva Jaqueline Rolim Gonçalves de Sousa<sup>1</sup>

eva.sousa@urbamais.com.br |  0000-0002-7069-0065

Jersone Tasso Moreira Silva<sup>1</sup>

tasso@fumec.br |  0000-0002-9977-9207

Wendel Alex Castro Silva<sup>2</sup>

wendel.silva@unihorizontes.br |  0000-0002-4974-8381

### RESUMO

Este estudo tem como objetivo principal analisar as influências do dinamismo e da rivalidade na posição competitiva de firmas americanas no período pré e pós-crise econômica de 2008, considerado o papel do tamanho da firma como moderador. Para isso, utilizaram-se como amostra dados de firmas atuantes na indústria manufatureira, no período de 2001 a 2015, analisando-se os dados por meio de modelagem de equações estruturais. O modelo proposto neste estudo relaciona os construtos posição competitiva, dinamismo e rivalidade, utilizando como moderador o tamanho da firma. Constatou-se que a crise de 2008 influenciou o ambiente no qual as firmas da amostra estão inseridas, causando redução no dinamismo e na rivalidade. Verificou-se que a rivalidade e o tamanho da firma exerceram influência sobre a posição competitiva. Já o dinamismo apresentou pouca influência sobre a posição competitiva. Conclui-se também que o dinamismo da indústria tem influência direta na rivalidade entre as firmas.

### PALAVRAS-CHAVE

Dinamismo, Rivalidade, Posição Competitiva, Crise de 2008, Firms Americanas

<sup>1</sup>Universidade Fumec,  
Belo Horizonte, MG, Brasil

<sup>2</sup>Centro Universitário Unihorizontes,  
Belo Horizonte, MG, Brasil

Recebido: 06/12/2018  
Revisado: 05/07/2019  
Aceito: 21/10/2019  
Publicado Online: 18/05/2020  
DOI: <http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2020.17.4.1>

## 1. INTRODUÇÃO

Elahi (2013), partindo do pressuposto de que a perspectiva de risco das firmas está em plena evolução, afirma que as incertezas oriundas do ambiente competitivo têm levado ao aumento da exposição dos gestores a riscos, exigindo o desenvolvimento de capacidades que levem à obtenção de vantagens competitivas.

De acordo com Carvalho e Rossetto (2014), os estudos em estratégia têm se voltado, frequentemente, para a tarefa de identificar as características do ambiente de atuação da firma, o qual tem sido considerado um dos principais influenciadores da forma de atuação das firmas e dos resultados obtidos por elas, numa perspectiva estreitamente relacionada à Teoria Evolucionária, primeiro tema do Referencial Teórico. Dentre tais estudos merecem destaque os trabalhos de Li and Simerly (1998) e Simerly and Li (2000), nos quais são abordadas as influências do dinamismo, da rivalidade e da munificência da indústria no desempenho da firma, a pesquisa de Brito and Brito (2014), na qual os autores analisaram a dinâmica da posição competitiva (vantagem, paridade e desvantagem) e a sobrevivência da firma e o trabalho de Huang, Dyerson, Wu & Harindranath (2015), que integraram as perspectivas da Organização Industrial e da Visão Baseada em Recursos ao estudarem como as vantagens competitivas temporárias podem ser transformadas em vantagens competitivas sustentáveis, com destaque para a identificação da influência exercida pelo investimento no desenvolvimento de recursos tecnológicos na obtenção de vantagens competitivas sustentáveis.

Em alinhamento com De-Carvalho e Dias (2016), cujo trabalho teve como resultado a identificação de efeito quadrático positivo entre a rivalidade na indústria e a lucratividade da firma, e com Mello, Dias, Silva e Silva (2017), em sua abordagem acerca dos efeitos exercidos pelo ambiente competitivo e pela posição competitiva no desempenho de firmas americanas, em período de crise, esta pesquisa tem por objetivo mensurar e comparar as influências exercidas pelo ambiente da indústria, em suas dimensões rivalidade e dinamismo, na posição competitiva de firmas americanas, nos períodos pré e pós-crise financeira mundial de 2008, contribuindo para o campo teórico ao propor e testar hipóteses que possam expandir o conhecimento acerca dos fatores determinantes da posição competitiva das firmas, principalmente em função da consideração de períodos de flutuações macroeconômicas as quais influenciaram diretamente as escolhas estratégicas dos gestores. Os parâmetros do modelo hipotético proposto foram estimados, para cada um dos períodos estudados, por meio da modelagem de equações estruturais por mínimos quadrados parciais (PLS), com o uso do *software* SmartPLS 3 (Ringle, Wende, & Becker, 2015).

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1. TEORIA EVOLUCIONÁRIA

Tendo por base fundamentos provenientes da Economia, a Teoria Evolucionária direciona como “foco principal os processos dinâmicos pelos quais os padrões de comportamento da firma e os resultados de mercado são conjuntamente determinados ao longo do tempo” (Nelson & Winter, 1982, p. 18). De acordo com os autores, a linha lógica da Teoria Evolucionária é definida como: a cada ponto no tempo, os *inputs* e *outputs* dos processos são determinados pelas capacidades e tecnologias operacionais das firmas, em conjunto com o estoque de capital. A partir daí, os preços de insumos e produtos são estabelecidos com referência nas condições de suprimento apresentadas pelos fornecedores e pelas condições de demanda no ambiente de competitivo, determinando o nível de lucratividade de cada firma (Nelson & Winter, 1982).

De acordo com Rathe and Witt (2001), tais aspectos devem ser estudados com foco na dinâmica do ambiente, levando-se em conta as adaptações geradas como reação às mudanças originadas do ambiente e, conseqüentemente, não controladas pelas firmas, e às alterações originadas internamente às firmas.

Ainda de acordo com Nelson e Winter (1982), as taxas de expansão e de contração das firmas são determinadas, predominantemente, pela sua lucratividade, tendo em vista que as decisões de investimento modificam o tamanho das firmas o qual, por sua vez, estabelece novas referências em termos de necessidades de insumos e de capacidade de produção. Esses ajustes, numa perspectiva cíclica, irão determinar o nível de preços praticados pela firma e, em reflexo, sua lucratividade. Esse ciclo evolucionário também influencia o ambiente competitivo, já que os níveis agregados de necessidades de insumo, capacidade de produção e níveis de preços para a indústria terão como consequência mudanças dinâmicas tanto nas firmas quanto na indústria como um todo.

## 2.2. POSIÇÃO COMPETITIVA

De acordo com Barney (1991) “as firmas obtêm vantagem competitiva sustentável por meio da implantação de estratégias que exploram suas forças internas através de respostas das oportunidades do ambiente enquanto neutralizam suas ameaças externas e fraquezas internas.” De acordo com Porter (1992, p. 1), “a estratégia competitiva é a busca por uma posição competitiva favorável em uma indústria, a arena fundamental onde ocorre a concorrência. [...] visa a estabelecer uma posição lucrativa e sustentável contra as forças que determinam a concorrência.” Conforme pode ser observado nas colocações dos autores, a posição competitiva de uma firma, seja ela de vantagem competitiva, de desvantagem competitiva ou de paridade competitiva, é influenciada diretamente pela configuração do ambiente competitivo.

A capacidade de uma firma de aumentar a sua vantagem competitiva depende de sua flexibilidade em mudar ou desenvolver novas estratégias. As firmas precisam também desenvolver fatores de competitividade como melhores práticas de custos, qualidade, agilidade na entrega e confiabilidade, adequando seus produtos e processos. Muitas vezes aspectos que parecem óbvios podem se perder nas rotinas diárias das firmas, por isso é importante criar-se um ambiente favorável ao desenvolvimento do posicionamento. A competitividade tornou-se um fator decisivo para a sobrevivência. A firma precisa identificar os fatores os quais influenciam sua competitividade. Os fatores críticos de sucesso são apresentados como os itens que precisam ser acompanhados mais de perto para a firma apresentar um bom desempenho e competitividade (Roman, Piana, Lozano, Mello, & Erdmann, 2012; Castro Junior, Martins, Muiura, & Silva, 2015).

Não é o período do calendário que define se a vantagem competitiva é sustentável ou não, e sim a inabilidade dos concorrentes de copiar a estratégia que garante tal vantagem, e isso não significa que essa vantagem irá durar eternamente, pois isso pode mudar e a vantagem ser eliminada (Barney, 1991; O’Shannassy, 2008). Obter vantagem competitiva não é simplesmente a conquista de uma rentabilidade superior, como costuma ser tratada na literatura, mas é a firma ter condição de criar valor acima da média de seus concorrentes (Brito & Brito, 2012).

Brito e Brito (2012) propuseram um modelo que é uma matriz de desempenho combinado, onde constataram que a maioria das firmas se encontra em paridade competitiva, conforme pode ser observado na Figura 1. O estudo foi realizado utilizando o Retorno Sobre Ativo (ROA) como medida para mensurar a lucratividade. Para mensurar o crescimento na participação de mercado, utilizaram-se os dados sobre as vendas líquidas no tempo, as quais foram transformadas em logaritmos para possibilitar a comparação da taxa composta em período de tempo de cinco anos. O período analisado foi entre os anos de 1990 e 2009, dividido em intervalos de cinco

anos. O artigo conclui que o crescimento é um relevante indicador de vantagem competitiva. Além disso, a posição de vantagem competitiva não é tão rara em um cenário de hipercompetição, como defendem alguns autores (Brito & Brito, 2012).

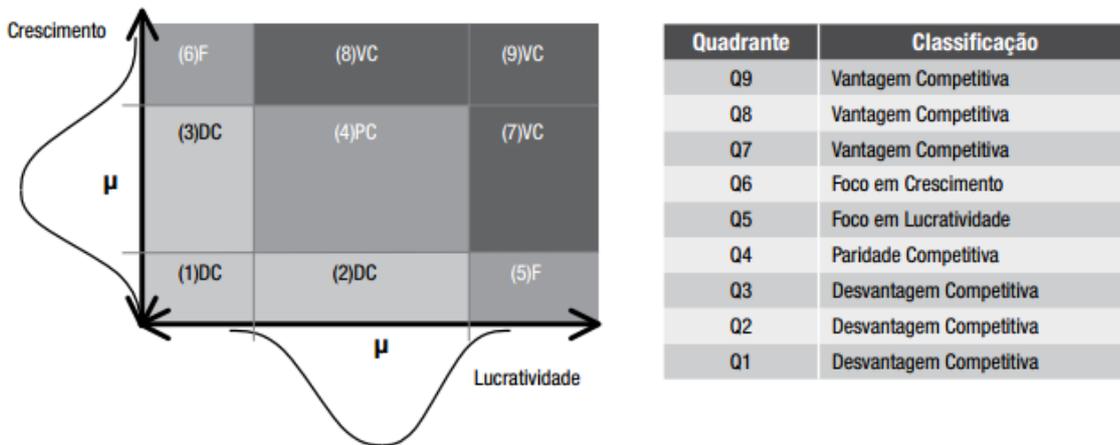


Figura 1. Matriz de desempenho combinado.  
Fonte: Brito e Brito (2012).

### 2.3. DINAMISMO

O dinamismo pode ser fonte de vantagem, enquanto o empreendedorismo pode ser fonte de competitividade. O dinamismo das firmas é saudável para a economia, uma vez que as firmas saudáveis estão sempre inovando, e isso faz com que as mais fracas também busquem a inovação (Brito & Brito, 2012; Norris, 2014).

O construto dinamismo pode ser entendido como a variabilidade nos diversos componentes do ambiente competitivo no qual a firma está inserida. Componentes relacionados a consumidores, concorrentes, fornecedores, aspectos sociais, tecnologia e regulamentação do setor devem ser considerados quando se visa mensurar o dinamismo de um ambiente competitivo (Carvalho & Rossetto, 2014, p. 71).

Os estudos de Li and Simerly (1998) apresentam o dinamismo como uma taxa entre a mudança e o grau de instabilidade de fatores dentro de um ambiente. Nesse contexto, o dinamismo da indústria é determinado por várias forças atuando simultaneamente, dentre elas o aumento no tamanho e no número de firmas na indústria e o aumento na taxa de transformação tecnológica na indústria e a amplitude de sua dispersão (Simerly & Li, 2000).

Nadkarni and Chen (2014) afirmam que diversos estudos mostram que o conhecimento acumulado ao longo dos anos, bem como as capacidades, torna as decisões mais robustas com relação ao momento certo para introduzir novos produtos no mercado. Explicam também a importância da informação em tempo real como sendo um dos principais componentes no momento no qual a firma precisa improvisar e lançar novos produtos. O estudo conclui que as firmas que mantêm o foco no passado com relação ao lançamento de novos produtos sobressaem em ambientes estáveis, pois se utilizam de situações passadas para compreender o presente. Já em ambientes dinâmicos, as que colocam o foco no futuro são as que conseguem sobressair, pois os aprendizados nesses ambientes são transitórios (Nadkarni & Chen, 2014). Desenvolver capacidade de processamento de grande quantidade de informações e assimilá-las em sua base de conhecimentos, para assim criar novos conhecimentos, poderá ajudar a firma a sobressair em mercados competitivos (Shi & Wu, 2011), tendo em vista que o incremento no dinamismo

leva à redução no crescimento da participação de mercado e no volume de receitas, afetando a lucratividade da firma (Yang & Li, 2011).

Com base nos temas abordados, tem-se a primeira hipótese de pesquisa:

- **H1:** Quanto mais dinâmico o ambiente da indústria, menos favorável a posição competitiva da firma.

## 2.4. RIVALIDADE

De acordo com Hitt, Ireland e Hoskisson (2003, p. 190), a rivalidade entre as firmas se inicia “quando duas ou mais delas se contrapõem na busca de uma posição vantajosa de mercado. Desenvolve-se rivalidade competitiva entre elas porque um ou mais competidores sentem-se pressionados ou veem oportunidades de melhorar suas posições de mercado.”

Alguns fatores influenciam a rivalidade intensa, dentre os quais podemos destacar: grande número de concorrentes em paridade de condições, lento crescimento do setor, custos fixos elevados, altas barreiras de saída, rivais com estratégias muito diversificadas. Já a redução do impacto da rivalidade pode ocorrer quando os concorrentes começam a focar em outros segmentos que apresentem crescimento mais rápido ou menores custos fixos (Mas-Ruiz & Ruiz-Moreno, 2011). Em alguns casos, as firmas rivais acabam por cooperar com o crescimento das outras, em outras situações acabam se beneficiando com o crescimento da rival por meio da imitação da estratégia do concorrente (Coad & Teruel 2012), condições que levam à modificação do ambiente competitivo em função das escolhas estratégicas feitas pelos gestores, em termos de investimentos em publicidade e inovação (Bhuyan & McCafferty, 2013).

De acordo com Mas-Ruiz and Ruiz-Moreno (2011, p. 57), “a construção de grupo estratégico capta a noção de que o impacto da rivalidade na rentabilidade de uma firma depende da localização dos seus concorrentes para uma estratégia relevante.” Os autores estudaram a relação entre a rivalidade dos grupos estratégicos e seus efeitos sobre a performance da firma e concluíram que “embora a existência de uma ligação direta entre a associação dos grupos e a rentabilidade da firma pareça questionável, a estrutura do grupo pode impactar indiretamente, uma vez que isso afeta as condições da rivalidade” (Mas-Ruiz & Ruiz-Moreno, 2011, p. 47).

Como consequência dos movimentos das firmas no ambiente competitivo, o preço pode ser influenciado pela rivalidade e, conseqüentemente, também o nível de rentabilidade da indústria. Além disso, os preços tendem a ser maiores em mercados onde existe uma menor rivalidade (Hamza, Saab, & Rodrigues Filho, 2012). A pesquisa realizada por Czarnitzki and Toole (2013, p. 26) mostra que “a rivalidade estratégica limita a capacidade da firma para atrasar projetos em curso e, assim, compensa a influência da incerteza sobre o investimento.” Czarnitzki and Toole (2013) também afirmam que o efeito específico da incerteza da firma nos investimentos em pesquisa e desenvolvimento é menor em mercados onde a rivalidade estratégica é mais intensa.

Czarnitzki and Toole (2013, p. 26) demonstram no resultado de sua pesquisa que “as firmas em mercados mais concentrados ou aqueles com menos concorrentes diretos reagem menos à incerteza. Isso sugere que a rivalidade estratégica estimula a inovação em mercados com elevados níveis de incerteza”, levando ao incremento dos investimentos em ativos os quais possam resultar em maior participação de mercado e lucratividade. Assim, têm-se as seguintes hipóteses de pesquisa:

- **H2:** Quanto maior a rivalidade no ambiente da indústria, menos favorável a posição competitiva da firma.
- **H3:** Quanto mais dinâmico o ambiente da indústria, maior a rivalidade.

## 2.5. TAMANHO DA FIRMA

De acordo com Coase (1937), a firma tem sua origem no ambiente competitivo, tendo como base a utilização, por parte dos tomadores de decisão, dos custos de transação como base para o estabelecimento de relações formais, no seu ambiente de atuação. Ainda segundo Coase (1937), o crescimento das firmas pode elevar os custos de gestão das transações adicionais internas à firma, chegando a um ponto em que estes sejam iguais aos custos ocorridos na realização da transação no mercado aberto, ou aos custos da organização de tais transações em um concorrente.

Quando a expansão da firma alcança um ponto inferior aos custos de comercialização no mercado aberto e um ponto igual aos custos da organização das atividades em toda a firma, tem-se a criação de uma transação no mercado. Assim, a firma apresentará tendência a ser maior quando: (a) forem menores os custos da organização, mesmo com o incremento do número de transações; (b) houver menor probabilidade de os gestores e proprietários da firma cometerem erros; e (c) for maior a redução do preço de oferta dos fatores de produção para as firmas maiores (Coase, 1937).

Em relação à abordagem do tamanho da firma, também deve ser levado em conta o trabalho de Geanakopolos and Milgrom (1985), que afirmam ser o tamanho da firma estabelecido com referência na comparação entre os benefícios da coordenação e dos custos dos sistemas de comunicação e da obtenção de informações. Outra perspectiva relevante acerca do tema são os modelos dinâmicos de Lucas (1967), sobre os custos de alinhamento como explicação para os limites das taxas de crescimento.

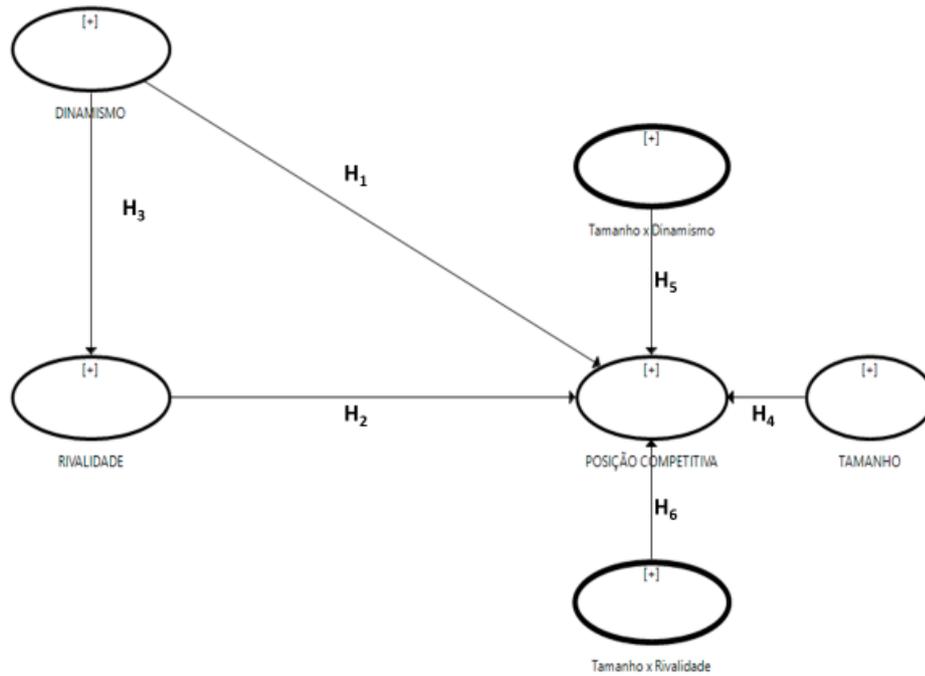
Holmstrom and Tirole (1989) destacam que as teorias tradicionais que abordam o tema tamanho da firma são baseadas no papel exercido pela tecnologia capaz de gerar economias de escala, justificando o desenvolvimento de uma produção concentrada, enquanto custos marginais estabelecem o tamanho ótimo da firma. Os autores acrescentam as considerações de Baumol et al. (1982) sobre a escolha do nível de escala, do foco de Lucas (1978) e de Kihlstrom and Laffont (1979) na redução do custo de alocação de habilidades do corpo gerencial como meio de alinhar firmas e gestores.

Para que possam atuar como alocadoras eficientes de recursos e esforços, faz-se necessário que as firmas promovam o alinhamento entre a estrutura organizacional e as demandas do mercado, e isso viabiliza o estabelecimento das firmas como estruturas nas quais as relações são controladas e ajustadas de acordo com os interesses predominantes (Williamson, 1998).

De acordo com Starbuck (1965), citado por Pfeffer (1972), o crescimento das organizações viabiliza seu ajuste ao ambiente, tendo em vista que as grandes desenvolvem melhor capacidade de absorção de ações equivocadas e são mais capazes de influenciar o ambiente. Segundo Damonpour (2010), o tamanho das firmas permite, também, que diversifiquem tanto em termos e reduzam sua dependência em relação a alguma linha de produtos que atenda a uma indústria específica, principalmente por meio do desenvolvimento de inovações em produção e em produtos. Damonpour (2010) e Mas-Ruiz and Ruiz-Moreno (2011) consideram que o tamanho da firma influencia diretamente o seu comportamento estratégico e, conseqüentemente, a sua posição competitiva e as respostas às alterações no ambiente competitivo. Assim, tem-se a proposição das hipóteses:

- **H4:** Quanto maior a firma, mais favorável é sua posição competitiva.
- **H5:** O efeito do dinamismo da indústria na posição competitiva é moderado pelo tamanho da firma.
- **H6:** O efeito da rivalidade da indústria na posição competitiva é moderado pelo tamanho da firma.

O modelo de pesquisa foi elaborado com base nas hipóteses apresentadas ao longo desta seção, as quais são representadas, na Figura 2, pelas setas que conectam os construtos.



**Figura 2.** Modelo estrutural formulado de acordo com as hipóteses propostas.  
**Fonte:** Elaborada pelos autores.

### 3. METODOLOGIA

Os parâmetros do modelo proposto foram estimados por meio do *método dos Mínimos Quadrados Parciais – Partial Least Squares (PLS)*, tendo em vista o objetivo de *predição e explicação da variação da posição competitiva* das firmas na amostra, em alinhamento com as indicações de Henseler, Ringle and Sinkovics (2009). A estimação dos parâmetros do modelo foi realizada com a utilização do software SmartPLS 3 (Ringle, Wende, & Becker, 2015).

No Quadro 1 é resumida a operacionalização das variáveis do modelo, cuja explanação é apresentada a seguir:

- **Dinamismo** – calculado por meio da divisão do erro-padrão do coeficiente de regressão das receitas das firmas sobre o tempo, pela receita média da indústria à qual elas estão vinculadas, conforme procedimento adotado por Li and Simerly (1998) e Simerly and Li (2000).
- **Rivalidade** – apurada por meio do índice G de Shepherd (1972), calculado pela subtração da participação de mercado da firma do índice de concentração de mercado (*Índice Herfindahl-Hirschman – HHI*), que é o resultado da soma das participações de mercado das firmas integrantes da indústria. A participação de mercado foi calculada por meio da divisão das receitas da firma pelo total das receitas das firmas na indústria. Tais procedimentos foram utilizados por Cool, Röller and Leleux (1999) e por Bayar, Cornett, Erhemjamts, Leverty and Tehranian (2018).
- **Posição Competitiva – Crescimento** – calculado por meio da variação da participação de mercado da firma (participação de mercado no período atual menos a participação de mercado no período anterior e o resultado dividido pela participação de mercado no período anterior), conforme procedimento adotado por Brito e Brito (2012).

- Posição Competitiva – Lucratividade – calculada por meio da divisão do lucro líquido apurado pela firma pelo seu total de ativos, também em alinhamento com o procedimento adotado por Brito e Brito (2012).
- Tamanho – calculado por meio da transformação logarítmica neperiana do ativo total, apurado pela firma ao final do período fiscal, conforme método adotado por Hansen and Wernerfelt (1989), Giachetti (2012) e De-Carvalho, Dias e Rossi (2018).

### Quadro 1

Operacionalização das variáveis do modelo

Categoria	Variável	Forma de cálculo
Ambiente		
Rivalidade	Índice G de Shepherd (1972)	Grau de concentração da indústria, calculado por meio do Índice Herfindahl-Hirschman – HHI, menos a participação de mercado da firma.
Dinamismo	Índice de dinamismo ambiental conforme Simerly e Li (2000)	Erro-padrão da regressão dos valores de vendas na indústria, em relação ao ano / valor médio dos valores de vendas na indústria, no ano.
Posição competitiva		
Crescimento	$\Delta$ Participação de Mercado da firma	$(MKTSHARE_T - MKTSHARE_{(T-1)}) / MKTSHARE_{(T-1)}$
Lucratividade	Retorno sobre o ativo (ROA)	Lucro Líquido / Ativo Total
Tamanho da firma		
Tamanho	Total de ativos da firma	$\ln(ATIVO)$

Fonte: Elaborada pelos autores.

## 4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

### 4.1. CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

A amostra estudada nesta pesquisa é composta por firmas americanas de capital aberto, ativas no período entre 2001 e 2015, cujas informações contábeis foram disponibilizadas na base Economática®. Esse intervalo de tempo foi determinado devido à disponibilidade de dados referentes às firmas integrantes da amostra, para o tamanho da amostra não ficar comprometido e, principalmente, pelo fato de abranger o período da crise econômica ocorrida nos Estados Unidos.

As amostras trabalhadas foram compostas por 190 firmas americanas atuantes na indústria manufatureira. Os dados anuais foram agrupados em um período antes da crise (2001 a 2007), o ano de 2008 e um período depois da crise (2009 a 2015), constituindo amostras de 1.330, 190 e 1.330 casos, respectivamente. Portanto as amostras se mostram significativamente acima do número mínimo de 138 casos apurados para um poder de teste de 0,95, tamanho do efeito de 0,15, cinco preditores e teste bicaudal de significância a 5% para a apuração de um coeficiente de determinação estatisticamente diferente de zero. O cálculo do tamanho mínimo de amostra foi realizado por meio do software G\*Power 3.1.7 (Faul, Erdefelder, Buchner, & Lang, 2009) e com referência nos parâmetros estabelecidos por Hair, Hult, Ringle and Sarstedt (2014).

Foram identificadas diferenças estatisticamente significantes para as médias de Dinamismo entre o período anterior à crise, o ano de 2008 e o período posterior à crise, conforme resultado do teste de Comparação Múltipla de Tukey (Tabela 1) indicando um maior grau de variabilidade

de apuração de receita por parte das firmas estudadas no período anterior à crise de 2008 em relação aos períodos posteriores, e no ano de 2008 em relação ao período posterior à crise. Quanto ao grau de Rivalidade, as médias apuradas para o período anterior à crise se mostram superiores às médias apuradas no ano de 2008 e no período posterior à crise, ao passo que não foi identificada diferença estatisticamente significativa entre as médias apuradas no ano de 2008 e no período posterior à crise.

Quando consideradas as variáveis representativas da posição competitiva, não foram identificadas diferenças estatisticamente significantes em termos do Crescimento das firmas (Tabela 1). Já quanto à Lucratividade, não foi identificada diferença estatisticamente significativa entre as médias apuradas nos períodos anterior e posterior à crise, enquanto foi apurada diferença estatisticamente significativa entre a média apurada no ano de 2008 e a média apurada no período posterior à crise, indicando um aumento na lucratividade das firmas componentes das amostras. Quanto ao Tamanho das firmas, foi apurada diferença estatisticamente significativa entre os períodos anterior e posterior à crise, indicando uma redução ao longo do tempo, mas com uma estabilidade no ano de 2008, conforme indicado pela diferença não estatisticamente significativa apurada quando da comparação entre a média apurada para o referido ano e os períodos anterior e posterior à crise.

**Tabela 1**

*Comparação múltipla de Tukey*

Variável	Períodos comparados		Diferença entre Médias	Significância
Dinamismo	Antes da crise	Depois da crise	0,048	0,000
		2008	0,069	0,000
	Depois da crise	2008	0,021	0,021
Rivalidade	Antes da crise	Depois da crise	0,025	0,000
		2008	0,017	0,000
	Depois da crise	2008	-0,008	0,180
Crescimento	Antes da crise	Depois da crise	0,722	0,705
		2008	2,314	0,408
	Depois da crise	2008	1,592	0,654
Lucratividade	Antes da crise	Depois da crise	-0,577	0,240
		2008	2,715	0,000
	Depois da crise	2008	3,292	0,000
Tamanho	Antes da crise	Depois da crise	-0,385	0,000
		2008	-0,201	0,179
	Depois da crise	2008	0,184	0,237

*Fonte:* Elaborada pelos autores.

Estatísticas descritivas referentes aos indicadores dos construtos formativos do modelo de pesquisa são apresentadas na Tabela 2. Todos os testes de validação da amostra e dos parâmetros estimados foram desenvolvidos para a amostra completa e para a amostra após a exclusão de *outliers*. A diferença não significativa entre os parâmetros estimados forneceu suporte à escolha por considerar somente a amostra sem a exclusão de casos no processamento dos dados.

**Tabela 2**  
*Estatísticas descritivas*

Período	Construto	Indicador	Tamanho da amostra	Média	Desvio-Padrão
Antes da Crise	Dinamismo	Dinamismo	1.330	0,405	0,103
	Rivalidade	Rivalidade	1.330	0,123	0,066
	Posição competitiva	Crescimento	1.330	3,411	25,061
		Lucratividade	1.330	4,666	9,082
	Variável de controle	Tamanho	1.330	15,234	1,471
Ano de 2008	Dinamismo	Dinamismo	190	0,357	0,103
	Rivalidade	Rivalidade	190	0,098	0,052
	Posição competitiva	Crescimento	190	2,688	22,259
		Lucratividade	190	5,243	8,001
	Variável de controle	Tamanho	190	15,619	1,453
Depois da Crise	Dinamismo	Dinamismo	1.330	0,336	0,075
	Rivalidade	Rivalidade	1.330	0,106	0,053
	Posição competitiva	Crescimento	1.330	1,097	18,043
		Lucratividade	1.330	1,951	15,853
	Variável de controle	Tamanho	1.330	15,435	1,458

*Fonte:* Elaborada pelos autores.

#### 4.2. ANÁLISE DO MODELO DE MENSURAÇÃO

A avaliação do modelo de mensuração tem por referência inicial a verificação da ocorrência de colinearidade entre os indicadores, conforme indicado por Hair et al. (2014). Não foram identificados índices de inflação de variância (VIF) acima do limite de 5,000, conforme referência indicada por Hair et al. (2014) – Tabela 3 –, resultado que aponta a inexistência de elevado nível de redundância de informações compartilhadas pelos indicadores formativos. Tendo em vista que os construtos Dinamismo, Rivalidade e Tamanho são representados por somente um indicador, não são apresentados resultados parciais.

Ainda com referência à Tabela 3, o peso do indicador Crescimento não apresenta significância estatística no período antes da crise, assim como no ano de 2008. Conforme apontam Hair et al. (2014, p. 129), “indicadores que não apresentam pesos estatisticamente significantes não devem ser interpretados como indicativos de uma capacidade ruim de mensuração dos respectivos construtos”. De acordo com Hair et al. (2014), a contribuição absoluta de cada indicador de um construto formativo deverá ser avaliada tendo como referência o peso de cada indicador, que deve apresentar valor acima de 0,500. O indicador Crescimento apresenta pesos de -0,541, -0,278 e -0,401 para o período antes da crise, para o ano de 2008 e para o período depois da crise, respectivamente.

Apesar da indicação de retirada do indicador Crescimento para o período antes da crise e para o ano de 2008, ele foi mantido em razão do objetivo de teste do modelo proposto e não de identificação do modelo mais adequado à mensuração dos indicadores para a amostra em cada período, além de se manter o alinhamento conceitual às bases teóricas que serviram de referência para a proposição do modelo. Quanto ao indicador Lucratividade, foram apurados pesos estatisticamente significantes e acima do ponto de referência para os três períodos analisados.

**Tabela 3**  
*Modelo de mensuração*

Construto	Indicadores	Períodos					
		Antes da crise		Ano de 2008		Depois da crise	
		Peso	VIF <sup>a</sup>	Peso	VIF <sup>a</sup>	Peso	VIF <sup>a</sup>
Posição competitiva	Crescimento	-0,541	1,003	-0,278	1,017	-0,401***	1,020
	Lucratividade	0,869*	1,003	0,998***	1,017	0,974***	1,020

<sup>a</sup> – Fator de inflação de variância – índice para teste de colinearidade, que deve se situar abaixo de 5,000, conforme indicação de Hair et al. (2014).

\*\*\* p < 0,010; \*\* p < 0,050; \* p < 0,100

A significância estatística dos indicadores foi apurada por meio da técnica de *bootstrapping*, com 5.000 amostras, com opção de não alteração dos sinais.

**Fonte:** Elaborada pelos autores.

### 4.3. ANÁLISE DO MODELO ESTRUTURAL

Assim como para o modelo de mensuração, o primeiro critério utilizado para a avaliação do modelo estrutural é a verificação da colinearidade entre os construtos componentes do modelo proposto. Conforme pode ser observado nas Tabelas 4, 5 e 6, não foi identificada colinearidade, em função da apuração de valores de VIF abaixo do ponto de referência - menor ou igual a 5,000 -, proposto por Hair et al. (2014).

Como pode ser observado na Tabela 4, quando considerado o período anterior à crise e os efeitos diretos dela, o dinamismo da indústria exerce influência estatisticamente significativa na Rivalidade ( $\beta = 0,606$ ;  $p < 0,010$ ), mas não exerce influência estatisticamente significativa na Posição Competitiva, resultado também apurado no mesmo período para a influência da Rivalidade na Posição Competitiva. Ainda em relação ao período antes da crise, foi estimado efeito positivo e estatisticamente significativo ( $\beta = 0,161$ ;  $p < 0,100$ ) do tamanho da firma na Posição Competitiva. Quanto ao papel moderador do tamanho da firma nos efeitos do Dinamismo e da Rivalidade na Posição Competitiva, não foram apurados efeitos estatisticamente significativos no período antes da crise (Tabela 4).

Quanto ao ano de 2008 (Tabela 4), foi apurada influência positiva e estatisticamente significativa do Dinamismo na Rivalidade ( $\beta = 0,712$ ;  $p < 0,010$ ) e negativa e estatisticamente significativa na Posição Competitiva ( $\beta = -0,270$ ;  $p < 0,050$ ). Também nesse período, foi apurado efeito positivo e estatisticamente significativo da Rivalidade na Posição Competitiva da firma ( $\beta = 0,209$ ;  $p < 0,100$ ), assim como do Tamanho na Posição Competitiva ( $\beta = 0,176$ ;  $p < 0,050$ ). Quanto ao efeito moderador do tamanho da firma, não foi apurado efeito estatisticamente significativo na relação entre Dinamismo e Posição Competitiva, ao passo que o tamanho da firma modera, de forma negativa, o efeito da Rivalidade da indústria na Posição Competitiva da firma ( $\beta = -0,271$ ;  $p < 0,050$ ) (Tabela 5).

Quando comparados os resultados da estimação dos coeficientes de caminho no período antes da crise e no ano de 2008, conforme apresentado na Tabela 4, foi identificada diferença estatisticamente significativa somente para o efeito do Dinamismo na Posição Competitiva, que apresenta maior intensidade no ano de 2008, assim como do efeito moderador do tamanho da firma na relação entre Rivalidade da indústria e Posição Competitiva – Tabela 5.

**Tabela 4***Modelo estrutural – Efeitos diretos – Antes da crise x Ano de 2008*

Origem	Construtos	Períodos				Diferença entre períodos
		Antes da crise	VIF <sup>a</sup>	Ano de 2008	VIF <sup>a</sup>	
Dinamismo	Rivalidade	0,606 ***	1,000	0,712 ***	1,000	0,105
	Posição competitiva	-0,051	1,687	-0,270 **	2,098	0,219 **
Rivalidade	Posição competitiva	0,057	1,625	0,209 *	2,115	0,152
Tamanho	Posição competitiva	0,161 *	1,099	0,176 **	1,084	0,015

<sup>a</sup> – Fator de inflação de variância – índice para teste de colinearidade que deve se situar abaixo de 5,000 conforme indicação de Hair et al. (2014).

\*\*\* p < 0,010; \*\* p < 0,050; \* p < 0,100

A significância estatística dos coeficientes de caminho foi apurada por meio da técnica de *bootstrapping*, com 5.000 amostras, com opção de não alteração dos sinais.

**Fonte:** Elaborada pelos autores.

**Tabela 5***Modelo Estrutural - Efeitos Moderadores – Antes da crise x Ano de 2008*

Moderador	Construtos	Períodos				Diferença entre períodos
		Antes da crise	VIF <sup>a</sup>	Ano de 2008	VIF <sup>a</sup>	
Tamanho	Dinamismo	-0,052	1,619	0,179	1,963	0,230
Tamanho	Rivalidade	-0,090	1,656	-0,271**	2,084	0,181*

<sup>a</sup> – Fator de inflação de variância – índice para teste de colinearidade que deve se situar abaixo de 5,000 conforme indicação de Hair et al. (2014).

\*\*\* p < 0,010; \*\* p < 0,050; \* p < 0,100

A significância estatística dos coeficientes de caminho foi apurada por meio da técnica de *bootstrapping*, com 5.000 amostras, com opção de não alteração dos sinais.

**Fonte:** Elaborada pelos autores.

Conforme pode ser observado na Tabela 6, quando considerado o período posterior à crise e os efeitos diretos, o Dinamismo da indústria exerce influência positiva e estatisticamente significativa na Rivalidade ( $\beta = 0,690$ ;  $p < 0,010$ ) e negativa e estatisticamente significativa na Posição Competitiva ( $\beta = -0,167$ ;  $p < 0,010$ ). A Rivalidade na indústria exerce efeito positivo na Posição Competitiva ( $\beta = 0,102$ ;  $p < 0,050$ ), assim como o tamanho da firma influencia positivamente a Posição Competitiva ( $\beta = 0,147$ ;  $p < 0,010$ ). Quanto ao papel moderador do tamanho da firma nos efeitos do Dinamismo e da Rivalidade na Posição Competitiva, foram apurados efeitos estatisticamente significantes ( $\beta = 0,093$ ;  $p < 0,050$  e  $\beta = -0,165$ ;  $p < 0,010$ , respectivamente) no período depois da crise – Tabela 7.

Quanto ao ano de 2008 (Tabela 6), foi apurada influência positiva e estatisticamente significativa do Dinamismo na Rivalidade ( $\beta = 0,712$ ;  $p < 0,010$ ) e negativa e estatisticamente significativa na Posição Competitiva ( $\beta = -0,270$ ;  $p < 0,050$ ). Também nesse período, foi apurado efeito positivo e estatisticamente significativo da Rivalidade na Posição Competitiva da firma ( $\beta = 0,209$ ;  $p < 0,100$ ), assim como do tamanho na Posição Competitiva ( $\beta = 0,176$ ;  $p < 0,050$ ). Quanto ao efeito moderador do tamanho da firma, não foi apurado efeito estatisticamente significativo na relação entre Dinamismo e Posição Competitiva, enquanto o tamanho da firma modera, de forma negativa, o efeito da Rivalidade da indústria na Posição Competitiva da firma ( $\beta = -0,271$ ;  $p < 0,050$ ) (Tabela 7).

Quando comparados os resultados da estimação dos coeficientes de caminho, no período depois da crise e no ano de 2008, conforme apresentado na Tabela 6, não foi identificada diferença estatisticamente significativa.

**Tabela 6***Modelo estrutural – Efeitos diretos – Depois da crise x Ano de 2008*

Origem	Construtos		Períodos			Diferença entre períodos
	Destino	Depois da crise	VIF <sup>a</sup>	Ano de 2008	VIF <sup>a</sup>	
Dinamismo	Rivalidade	0,690 ***	1,000	0,712 ***	1,000	-0,021
	Posição competitiva	-0,167 ***	2,331	-0,270 **	2,098	-0,103
Rivalidade	Posição competitiva	0,102 **	2,010	0,209 *	2,115	-0,107
Tamanho	Posição competitiva	0,147 ***	1,127	0,176 **	1,084	-0,029

<sup>a</sup> – Fator de inflação de variância – índice para teste de colinearidade que deve se situar abaixo de 5,000 conforme indicação de Hair et al. (2014).

\*\*\* p < 0,010; \*\* p < 0,050; \* p < 0,100

A significância estatística dos coeficientes de caminho foi apurada por meio da técnica de *bootstrapping*, com 5.000 amostras, com opção de não alteração dos sinais.

**Fonte:** Elaborada pelos autores.

**Tabela 7***Modelo Estrutural - Efeitos Moderadores – Depois da crise x Ano de 2008*

Moderador	Construtos		Períodos			Diferença entre períodos
	Moderado	Depois da crise	VIF <sup>a</sup>	Ano de 2008	VIF <sup>a</sup>	
Tamanho	Dinamismo	0,093 **	2,101	0,179	1,963	-0,086
Tamanho	Rivalidade	-0,165 ***	1,887	-0,271 **	2,084	-0,106

<sup>a</sup> – Fator de inflação de variância – índice para teste de colinearidade que deve se situar abaixo de 5,000 conforme indicação de Hair et al. (2014).

\*\*\* p < 0,010; \*\* p < 0,050; \* p < 0,100

A significância estatística dos coeficientes de caminho foi apurada por meio da técnica de *bootstrapping*, com 5.000 amostras, com opção de não alteração dos sinais.

**Fonte:** Elaborada pelos autores.

Após identificada a adequação do modelo proposto ao estudo das influências do Dinamismo na Rivalidade da indústria e destes dois – rivalidade e dinamismo – na Posição Competitiva da firma, assim como do efeito moderador do tamanho da firma nos efeitos do Dinamismo e da Rivalidade na Posição Competitiva das firmas componentes das amostras referentes aos períodos antes e depois da crise e ao ano de 2008, o próximo passo foi a análise da proporção da variância das variáveis latentes endógenas explicada pelo modelo estrutural, expressa pelo coeficiente de determinação ajustado ( $R^2_{adj}$ ). De acordo com Hair et al. (2014), um  $R^2_{adj}$  até 0,250 representa reduzida capacidade explicativa, já  $R^2_{adj}$  entre 0,250 e 0,500 representa capacidade explicativa média e  $R^2_{adj}$  acima de 0,500 apresenta grande capacidade explicativa.

No caso desta pesquisa, segundo pode ser observado na Tabela 8, o modelo estrutural se mostrou capaz de explicar 36,70% ( $R^2_{adj} = 0,367$ ;  $p < 0,010$ ), 47,60% ( $R^2_{adj} = 0,476$ ;  $p < 0,010$ ) e 50,60% ( $R^2_{adj} = 0,506$ ;  $p < 0,010$ ) da variância da variável latente Rivalidade, antes da crise, depois da crise e no ano de 2008, respectivamente, representando capacidade explicativa média nos dois primeiros e grande no ano de 2008.

Quanto à Posição Competitiva, foi apurada reduzida capacidade explicativa nos três períodos: (a) 5,00% ( $R^2_{adj} = 0,050$ ;  $p < 0,010$ ) no período antes da crise; (b) 5,60% ( $R^2_{adj} = 0,056$ ;  $p < 0,010$ ) no período depois da crise; e (c) 11,50% ( $R^2_{adj} = 0,115$ ;  $p < 0,050$ ) no ano de 2008. Tais resultados apresentam reduzida capacidade explicativa (Tabela 8).

**Tabela 8***Capacidade explicativa do modelo*

Construtos	$R^2_{adj}$		
	Períodos		
	Antes da crise	Depois da crise	Ano de 2008
Rivalidade	0,367 ***	0,476 ***	0,506 ***
Posição competitiva	0,050 ***	0,056 ***	0,115 **

\*\*\*  $p < 0,010$ ; \*\*  $p < 0,050$ ; \*  $p < 0,100$

*Fonte:* Elaborada pelos autores.

Hair et al. (2014) indicam, como complemento à análise dos coeficientes de caminho e dos coeficientes de determinação, a análise do nível de contribuição de cada construto exógeno para a explicação da variância dos construtos endógenos, realizada por meio da avaliação do tamanho do efeito ( $f^2$ ). Consoante sugerido pelos autores, efeitos entre 0,020 e 0,150 são considerados pequenos; entre 0,150 e 0,350 são considerados médios; e acima de 0,350 são considerados grandes. Efeitos abaixo de 0,020 podem ser considerados insignificantes.

De acordo com os dados apresentados na Tabela 9, o Dinamismo apresenta grande contribuição para a explicação da variância do construto Rivalidade nos três períodos em análise, e pequena contribuição para a explicação da variância do construto Posição Competitiva no ano de 2008. Também foi apurada pequena contribuição da Rivalidade para a explicação da variância do construto Posição Competitiva no ano de 2008, resultado similar ao apurado para contribuição do efeito moderador do tamanho na influência da Rivalidade na Posição Competitiva.

Ainda de acordo com a Tabela 9, o tamanho da firma apresenta pequena contribuição para a explicação da variância do construto Posição Competitiva nos três períodos analisados.

**Tabela 9***Tamanho do efeito –  $f^2$* 

Construtos		Períodos		
Origem	Destino	Antes da crise	Depois da crise	Ano de 2008
Dinamismo	Rivalidade	0,581 †	0,909 †	1,025 †
	Posição competitiva	0,002	0,013	0,039 £
Rivalidade	Posição competitiva	0,002	0,006	0,023 £
Tamanho	Posição competitiva	0,025 £	0,020 £	0,032 £
Tamanho x dinamismo	Posição competitiva	0,002	0,005	0,012
Tamanho x rivalidade	Posição competitiva	0,005	0,014	0,037 £

£- efeito pequeno; μ - efeito médio; † - efeito grande

*Fonte:* Elaborada pelos autores.

#### 4.4. ANÁLISE DAS HIPÓTESES DE PESQUISA E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Nesta subseção é apresentada a análise das hipóteses de pesquisa e a discussão dos resultados, tendo em vista a validade do modelo proposto e a significância estatística dos coeficientes de caminho do modelo estrutural.

A primeira hipótese de pesquisa, **H<sub>1</sub> - Quanto mais dinâmico o ambiente da indústria, menos favorável é a posição competitiva da firma**, não foi rejeitada para os três períodos considerados na pesquisa devido ao sinal negativo do coeficiente de caminho e do peso positivo do indicador Lucratividade, apesar do sinal negativo do peso do indicador Crescimento. Esse resultado aponta para uma tendência de menor Crescimento e de maior Lucratividade, quanto mais dinâmico for o ambiente da indústria.

Quanto à segunda hipótese, **H<sub>2</sub> - Quanto maior a rivalidade no ambiente da indústria, menos favorável é a posição competitiva da firma**, sua rejeição no período antes da crise se deve à não significância estatística do coeficiente de caminho estimado. Quanto aos períodos depois da crise e no ano de 2008, sua rejeição se deve ao sinal positivo do coeficiente de caminho estimado, que se apresenta estatisticamente significativa.

A terceira hipótese, **H<sub>3</sub> - Quanto mais dinâmico o ambiente da indústria, maior a rivalidade**, não foi rejeitada nos três períodos em análise, tendo em vista a estimação de coeficientes de caminho de sinal positivo e estatisticamente significantes para os efeitos do Dinamismo na Rivalidade. O coeficiente de caminho de sinal positivo e estatisticamente significativo, estimado para o efeito do tamanho da firma na Posição Competitiva, nos três períodos em análise, leva à não rejeição da quarta hipótese de pesquisa – **H<sub>4</sub> – Quanto maior a firma, mais favorável sua posição competitiva**.

A quinta hipótese de pesquisa, **H<sub>5</sub> - O efeito do dinamismo da indústria na posição competitiva é moderado pelo tamanho da firma**, foi rejeitada para o período antes da crise e para o ano de 2008, devido à não significância estatística dos coeficientes de caminho estimados. Quanto ao período depois da crise, a significância estatística do coeficiente de caminho garante a não rejeição da hipótese em análise.

A sexta hipótese, **H<sub>6</sub> - O efeito da rivalidade da indústria na posição competitiva é moderado pelo tamanho da firma**, também foi rejeitada para o período antes da crise, devido à não significância estatística do coeficiente de caminho estimado. Para o ano de 2008 e para o período depois da crise, a hipótese não foi rejeitada, tendo em vista a significância estatística do parâmetro estimado.

Os resultados apurados apontam para diferentes intensidades dos efeitos do dinamismo e da rivalidade na posição competitiva da firma, nos três períodos analisados, apontando o papel relevante do contexto macroeconômico, identificado de forma indireta, no direcionamento estratégico das firmas. Após extensivo levantamento bibliográfico, não foram identificados trabalhos que abordaram as relações entre os construtos que integram o modelo de pesquisa, inviabilizando a comparação dos resultados estimados com os resultados de outras pesquisas.

#### 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o objetivo de aumentar a base de conhecimentos sobre os fatores ambientais (rivalidade e dinamismo) e a influência deles sobre a posição competitiva das firmas, este trabalho buscou responder à seguinte questão: “Quais as influências da rivalidade e do dinamismo do ambiente competitivo na posição competitiva da firma?” Para isso, foi proposto um modelo relacionando os construtos, utilizando-se como moderador o tamanho da firma. Foi usada a base de dados

Economática®, contendo informações de firmas americanas de capital aberto, no período que compreende os anos de 2001 a 2015, para identificar as variações pré e pós-crise financeira de 2008, sendo o período de 2008 considerado separadamente.

Por meio das análises, identificou-se que houve variações no dinamismo da indústria, quando considerados os períodos anterior e posterior à crise do ano de 2008. Ao analisar o dinamismo da indústria como fator influenciador da posição competitiva da firma, constatou-se uma tendência de menor crescimento e maior lucratividade à medida que aumenta o dinamismo do ambiente, indicando uma tendência à busca por remuneração dos investimentos efetuados em ativos, em detrimento da expansão da participação de mercado. Já em relação aos efeitos do dinamismo na rivalidade da indústria, foram estimados efeitos de intensidades semelhantes nos períodos em análise, indicando que quanto mais dinâmico o ambiente, maior a rivalidade na indústria, como consequência da busca pela expansão da participação de mercado por parte das firmas integrantes da amostra.

Ao mensurar o grau de rivalidade, verificou-se que as médias do período anterior à crise foram superiores *às do* ano de 2008, porém não foram identificadas diferenças estatisticamente significantes entre o ano de 2008 e o período posterior à crise. Assim, constata-se que a crise influenciou o ambiente no qual as firmas estudadas estavam inseridas, causando uma redução da rivalidade. Confirmou-se também que quanto maior a rivalidade mais favorável a posição competitiva da firma no ano de 2008 e no período seguinte. No entanto, a rivalidade não exerce influência na posição competitiva, no período anterior a 2008. Tais resultados apontam para a tendência, das firmas que integram a amostra estudada, de responder ao incremento da rivalidade com a busca pela expansão da participação de mercado e, conseqüentemente, com o incremento das receitas, levando ao aumento da lucratividade, desde que mantidos os custos e as despesas.

Um ponto que merece destaque é o papel moderador do tamanho da firma em relação aos efeitos do dinamismo e da rivalidade na posição competitiva e seu efeito direto na posição competitiva. Os resultados apurados indicam efeitos de intensidades semelhantes do tamanho na posição competitiva, nos três períodos, ao passo que o tamanho da firma não representa papel moderador dos efeitos do dinamismo no período anterior à crise, não representa papel moderador dos efeitos do dinamismo no ano de 2008, mas atua como um redutor dos efeitos do dinamismo na posição competitiva, no período depois da crise. O último resultado aponta para uma maior capacidade de resposta às mudanças no ambiente, por parte das firmas de maior porte.

A moderação exercida pelo tamanho nos efeitos da rivalidade na posição competitiva, no ano de 2008 e no período posterior à crise, indica uma maior capacidade de enfrentamento das ações dos concorrentes, quanto maior o tamanho da firma.

Com relação à posição competitiva das firmas nos períodos analisados, de modo geral não houve grandes variações nas suas posições competitivas, quando foram comparados os períodos anterior e posterior à crise. A maioria das firmas encontrava-se em posição de paridade competitiva para os três períodos estudados, e a variação entre as que se encontravam em posição de vantagem competitiva e desvantagem competitiva foi baixa.

O estudo contribui para aumentar o conhecimento sobre os construtos, bem como o entendimento da relação entre eles. Além disso, é fonte de informação relativamente à influência da crise financeira de 2008 sobre o dinamismo do ambiente, sobre a rivalidade entre as firmas e sobre a posição competitiva das firmas americanas.

## REFERÊNCIAS

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Baumol, W., Panzer, J., & Willig, R. (1982). *Contestable markets and the theory of industry structure*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Bayar, T., Cornet, M. M., Erhemjamts, O., Leverty, T., & Tehranian, H. (2018). An examination of the relation between strategic interaction among industry firms and firm performance. *Journal of Banking and Finance*, 87, 248-263. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2017.10.009>
- Bhuyan, S., & McCafferty, M. (2013). U. S. Brewing Industry profitability: a simultaneous determination of Structure, Conduct and Performance. *Journal of Agricultural & Food Industrial Organization*, 11(1), 139-150.
- Brito, R. P., & Brito, L. A. L. (2012). Vantagem competitiva, criação de valor e seus efeitos sobre o desempenho. *Revista de Administração de Empresas*, 52(1), 70-84.
- Brito, R. P., & Brito, L. A. L. (2014). Dynamics of competition and survival. *Brazilian Administration Review*, 11(1), 64-85.
- Carvalho, C. E., & Rossetto, C. R. (2014). Proposição e teste de uma escala de dinamismo, complexidade e munificência ambiental. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 3(4), 60-73.
- Castro Junior, D. F. L. do, Martins, E. S., Muiura, M. N., & Silva, M. P. P. (2015). O processo de formulação de estratégias e os recursos intangíveis da empresa: reflexões teóricas sobre esta relação. *Revista Capital Científico – Eletrônica*, 13(1). <https://revistas.unicentro.br/index.php/capitalcientifico/article/view/2870/2543>
- Coad, A., & Teruel, M. (2012, June 28). Inter-firm rivalry and firm growth: is there any evidence of direct competition between firms? *Industrial and Corporate Change*, 22(2), 397-425. <https://doi.org/10.1093/icc/dts018> Advance Access Published.
- Coase, R. (1937). The Nature of the Firm. *Economica*, 4, 386-405.
- Cool, K., Röller, L-H, & Leleux, B. (1999). The relative impact of actual and potential rivalry on firm profitability in the pharmaceutical industry. *Strategic Management Journal*, 20, 1-14.
- Czarnitzk, D., & Toole, A. A. (2013). The R&D Investment–Uncertainty Relationship: Do strategic rivalry and firm size matter? *Managerial and Decision Economics*, 34(1), 15-28.
- Damounpour, F. (2010). An Integration of Research Findings of Effects of Firm Size and Market Competition on Product and Process Innovations. *British Journal of Management*, 21, 996-1010. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2009.00628.x>
- De-Carvalho, J. P., & Dias, A. T. (2016). Influências não lineares da indústria no desempenho da firma. *Revista de Administração de Empresas*, 56(5), 503-517. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020160505>
- De-Carvalho, J. P., Dias, A. T., & Rossi, F. S. M. (2018). Efeitos da munificência no desempenho da firma. *Revista Ciências Administrativas*, 24(1), 1-12. <https://doi.org/10.5020/2318-0722.2018.6041>
- Elahi, E. (2013). Risk management: the next source of competitive advantage. *Foresight*, 15(2), 117-131. <https://doi.org/10.1108/14636681311321121>
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A. G. (2009). Statistical power analyses using G\*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, 41(4), 1149-1160. <https://doi.org/10.3758/brm.41.4.1149>

- Giachetti, C. (2012). A resource-based perspective on the relationship between service diversification and firm performance: evidence from Italian facility management firms. *Journal of Business Economics and Management*, 13(3), 567-585.
- Geanakoplos, J. & Milgrom, P. (1985). A theory of hierarchies based on limited managerial attention. Cowles Foundation paper no. 775, Yale University.
- Hair, J. F., Hult, T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A primer on Partial Least Squares Structural Equations Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: SAGE.
- Hansen, G. S., & Wernerfelt, B. (1989). Determinants of firm performance: the relative importance of economic and organizational factors. *Strategic Management Journal*, 10(5), 399-411.
- Hamza, K. M., Saab, A. B., Rodrigues Filho, L. N. (2012). Relação entre rivalidade e preços, e suas implicações para a estratégia competitiva. *Revista Gestão & Regionalidade*, 8(83), 65-79
- Henseler, J., Ringle, C. M., Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in International Marketing. *Advances in International Marketing*, 20, 277-319.
- Hitt, A. M., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2003). *Administração Estratégica*. Tradução de José Carlos Barbosa dos Santos e Luiz Antônio Pedrosa Rafael. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Holmstrom, B. R., & Tirole, J. (1989). The theory of the firm. In: Schmalensee, R., & Willig, R. D.. *Handbook of Industrial Organization – Volume 1*. Elsevier, 1989.
- Huang, K.-F., Dyerson, R., Wu, L.-Y. & Harindranath, G. (2015). From Temporary Competitive Advantage to Sustainable Competitive Advantage. *British Journal of Management*, 26(4), 617–636. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12104>.
- Li, M., & Simerly, R. L. (1998). The moderating effect of environmental dynamism on the ownership and performance relationship. *Strategic Management Journal*, 19, 169–179.
- Lucas, R. (1978). On the size distribution of business firms. *Bell Journal of Economics*, 9, 508-523.
- Kihlstrom, R., & Laffont, J.-J. (1979). A general equilibrium entrepreneurial theory of the firm based on risk aversion. *Journal of Political Economy*, 87, 719-748.
- Mas-Ruiz, F., & Ruiz-Moreno, F. (2011). Rivalry within strategic groups and consequences for performance: the firm-size effects. *Strategic Management Journal*, 32, 1286-1308. <https://doi.org/10.1002/smj.936>
- Mello, J. R. C. A., Dias, A. T., Silva, J. T. M., & Silva, W. A. C. (2017). Efeitos das flutuações da crise econômica de 2008 na posição competitiva e no desempenho de firmas americanas listadas em bolsa. In: *Anais, VIII Encontro de Estudos em Estratégia – 3Es*, Curitiba: Anpad. [http://www.anpad.org.br/~anpad/eventos.php?cod\\_evento=3&cod\\_evento\\_edicao=87&cod\\_edicao\\_subsecao=1424&cod\\_edicao\\_trabalho=22477](http://www.anpad.org.br/~anpad/eventos.php?cod_evento=3&cod_evento_edicao=87&cod_edicao_subsecao=1424&cod_edicao_trabalho=22477).
- Nadkarni, S, & Chen, J. (2014). Bridging yesterday, today, and tomorrow: CEO temporal focus, environmental dynamism, and rate of new product introduction. *Academy of Management Journal*, 57(6), 1810–1833.
- Nelson, R. R., & Winter, S. G. (1982). *An evolutionary theory of economic change*. Harvard University Press, 1982.
- Norris, A. (2014). Business dynamism: is it really declining? U.S Bureau of Labor Statistics. *Monthly Labor Review*, p. 1-3.

- O'Shannassy, T. (2008). Sustainable competitive advantage or temporary competitive advantage: Improving understanding of an important strategy construct, *Journal of Strategy and Management*, (2), 168-180. <https://doi.org/10.1108/17554250810926357>
- Pfeffer, J. (1972). Size and composition of corporate boards of directors: the organization and its environment. *Administrative Science Quarterly*, 17, 218-228.
- Porter, M. E. (1992). *Vantagem competitiva: Criando e sustentando um desempenho superior*. Tradução de Elizabeth Maria de Pinto Braga. Rio de Janeiro: Campus.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2015). *SmartPLS 3*. Boenningstedt: SmartPLS GmbH. <http://www.smartpls.com>
- Rathe, K., & Witt, U. (2001). The nature of the firm – static versus developmental interpretations. *Journal of Management and Governance*, 5, 331-351.
- Roman, J. D., Piana, J., Lozano, M. A. S. P. L., Mello, N. R., & Erdmann, R. H. (2012). Fatores de competitividade organizacional. *Brazilian Business Review*, 9(1), 27-46.
- Shepherd, W. G. (1972). Elements of market structure: An inter-industry analysis. *Southern Economic Journal*, 38 (4), 531-537.
- Shi, L. H., & Wu, F. (2011). Dealing with market dynamism: The role of reconfiguration in global account management. *Management International Review*, 51, 635-663.
- Simerly, R. L., & Li, M. (2000). Environmental dynamism, capital structure and performance: a theoretical integration and an empirical test. *Strategic Management Journal*, 21, 31-49.
- Starbuck, W. H. (1965). Organizational growth and development. In: March, J. G.; *Handbook of Organizations*. Chicago: Rand McNally, p. 451-533.
- Williamson, O. E. (1998). The institutions of governance. *American Economic Review*, 88(2), 75-79.
- Yang, T.-T.; & Li, C.-R. (2011). Competence exploration and exploitation in new product development: The moderating effects of environmental dynamism and competitiveness. *Management Decision*, 49(9), 1444-1470. <https://doi.org/10.1108/00251741111173934>

#### CONTRIBUIÇÕES DE AUTORIA

ATD – atuou na coordenação do projeto de pesquisa, na supervisão das análises, no processamento e análise dos dados, da discussão acerca dos resultados e na elaboração das considerações finais;  
EJRGS – atuou no desenvolvimento do referencial teórico, na análise dos dados e na elaboração das considerações finais;  
JTMS – atuou no desenvolvimento da introdução, na análise dos dados e na elaboração das considerações finais;  
WACS – atuou no desenvolvimento da introdução, na discussão acerca dos resultados e na elaboração das considerações finais.

#### CONFLITO DE INTERESSE

Os autores declaram que não há conflitos de interesses, em relação à pesquisa desenvolvida.