



# ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

## Disciplina: Estratégia de Negócios em TI

### Primeira Atividade

Ler o texto apresentado na próxima página e posteriormente desenvolver as ações solicitadas no próximo item.

Usando as informações apresentadas na aula e principalmente o quadrante que apresenta as quatro situações (oportunidades, ameaças, pontos fortes e pontos fracos) e tente identificar estas quatro situações no texto lido.

Apresente os pontos que encontrou no texto, considerando o ponto de vista das empresas americanas e posteriormente para as empresas japonesas.

Fazer um documento contendo as seguintes partes:

- a) Capa;
- b) Introdução, quando você apresenta o seu trabalho;
- c) As informações solicitadas;
- d) Uma conclusão sobre o assunto abordado
- e) Referencias utilizadas

Encaminhar para o professor conforme as instruções:

- O documento deve ser desenvolvido em arquivo DOC (2003 ou anterior) com o nome GTI\_TR01\_<seunome>;
- Encaminhar por email para [waltenomartins@hotmail.com.br](mailto:waltenomartins@hotmail.com.br) e colocar no assunto: GTI-TR01-<seunome>
- Data da entrega: 14/03/2015 até as 10 horas (considerando o horário do servidor de e-mail do aluno).

**INSIGHT ESTRATÉGICO*****Estratégia no Setor Automobilístico: Avanços Europeus e Japoneses***

Contrariamente à crença popular, os primeiros carros do mundo mais viáveis não foram fabricados nos EUA, mas na França e na Alemanha. De fato, as montadoras nesses dois países dominaram a fabricação de carros até que Henry Ford começou a produzir carros com técnicas de linha de montagem. Por volta de 1920, a Ford sozinha produzia quase a metade dos carros no mundo. A liderança americana na produção de carros continuou por várias décadas.

Entretanto, na década de 1950 as montadoras americanas tornaram-se complacentes. Produziam rotineiramente carros grandes e pesados com motores potentes. Seguindo sua política de “obsolescência planejada”, as montadoras americanas introduziram mudanças cosméticas anuais nesses carros, projetadas para deixar claro quais os consumidores que estavam dirigindo os modelos mais recentes. Enquanto as empresas automobilísticas americanas concentravam sua atenção em estilos e vendas, as montadoras europeias desenvolviam um conjunto magnífico de avanços tecnológicos, incluindo freios a disco, sistemas de direção de coroa e pinhão, tração dianteira, chassi monobloco e sistemas de injeção. Por volta de 1970, as exportações de automóveis europeus eram 25 vezes maiores que as dos EUA.

Quando o primeiro choque do petróleo atingiu os EUA, em 1974, as montadoras americanas descobriram-se despreparadas. Os consumidores americanos começaram a escolher modelos europeus mais econômicos e, de modo crescente, os veículos japoneses pequenos e econômicos. Irritadas, as montadoras de Detroit começaram a fabricar carros menores. Mas sua

atitude poderia ser resumida pelo comentário de Henry Ford II: “Minicarros significam minilucros.”

Lá pelo final dos anos 1970, os consumidores americanos estavam comprando carros japoneses em números recordes. Esses carros não eram apenas mais econômicos, mas a maioria dos compradores sentia que eles possuíam maior qualidade que os carros produzidos nos EUA. Assustadas, as montadoras americanas buscaram proteção governamental. Sob uma injunção do governo americano, os japoneses concordaram “voluntariamente” com restrição às importações no início dos anos 1980.

Entretanto, essas restrições ironicamente motivaram as montadoras japonesas a construir plantas produtivas nos EUA, a fim de evitar as restrições. Embora elas inicialmente apenas montassem os carros nos EUA, atualmente a Honda, Toyota e Nissan têm estabelecido centros de P&D, de engenharia e de projeto nos EUA. De fato, por volta de 1990 a Honda produzia carros totalmente planejados e construídos nos EUA – principalmente por americanos. Mais de 1.000.000 de carros japoneses foram produzidos nos EUA em 1990, em comparação com cerca de 1.000, oito anos antes. O Accord, da Honda, começou a competir com o Ford Taurus pelo título de carro mais vendido nos EUA.

No início dos anos 1990 o setor automobilístico dos EUA havia declinado para seu ponto mais baixo, ostentando perdas recordes. Entretanto, programas de corte de custos, melhoramentos na qualidade, novos modelos atrativos e uma economia mais forte resultaram no ressurgimento dos lucros no final de 1992.