

# A Estratégia de Qualidade “LARG” na Rede de Abastecimento da Indústria Automóvel como uma Rede de Cooperação

Ana Rolo Alves

[ana.rolo@esce.ips.pt](mailto:ana.rolo@esce.ips.pt)

ESCE - Instituto Politécnico de Setúbal

António Ramos Pires

[antonio.pires@estsetubal.ips.pt](mailto:antonio.pires@estsetubal.ips.pt)

UNIDEMI – FCT, \_Universidade Nova de Lisboa

Margarida Saraiva

[msaraiva@uevora.pt](mailto:msaraiva@uevora.pt)

Universidade de Évora

## Resumo

A estrutura, organização, integração e coordenação das redes de abastecimento são fundamentais para melhorar o desempenho global e ajudá-las a alcançar os seus objetivos estratégicos e operacionais. A literatura sugere que as cadeias de abastecimento eficientes, ágeis, resilientes e sustentáveis se adaptam melhor ao cenário dinâmico e instável sendo mais competitivas.

Este artigo tem como objetivo apresentar um modelo para a implementação de uma estratégia de qualidade baseada nos paradigmas: *(L)ean*, *(A)gilidade*, *(R)esiliência* e *(G)reen* – sustentabilidade ambiental), cujas iniciais irão formar o acrônimo “LARG”, usado para mais facilmente designar a estratégia adequada à extrema competitividade que caracteriza a indústria automóvel.

Usando uma "abordagem construção de teoria", apoiada por um estudo de caso, realizado em quatro empresas que integram a rede de abastecimento da indústria automóvel, foram definidas as questões de pesquisa e proposto um modelo conceptual e uma metodologia de aplicação do mesmo.

Este estudo contribui para a literatura, por empiricamente investigar os princípios que devem nortear a implementação da estratégia de qualidade “LARG”, assim como a estruturação e o desempenho da rede de abastecimento, propondo uma abordagem por processos aplicada a uma estrutura em rede virtual, com o objetivo de melhorar a eficiência da rede. A análise dos dados suporta algumas conclusões interessantes como a sugestão de mudar a designação da cadeia de abastecimento para rede de abastecimento.

**Palavras-chave:** Cadeia de Abastecimento, rede de abastecimento, Estratégia LARG.

## Abstract

Structure, organization, integration and coordination are keys to improve overall performance of supply chains and help them to achieve their strategic and operational goals. The literature suggests that lean, agile, resilient and sustainable supply chains are better suited to the dynamic and unstable scenario being more competitive.

This article aims to present a model for implementing a strategy based on the LARG paradigm (based on (L)ean, (A)gile, (R)elient and "(G)reen" attributes), used to designate the appropriate strategy to the extreme competitiveness that characterizes the automotive industry.

Using a "construction theory" approach, supported by a case study conducted on automotive industry, the research questions were defined and a conceptual model and the application methodology will be presented.

This study contributes to the literature by empirically investigating the principles that should guide the implementation of LARG strategy of quality, as well as the structure and performance of the supply chain by proposing a process approach applied to a virtual network structure of collaboration, with the objective of improve the efficiency of the network.

Data analysis supports some interesting conclusions as the suggestion to change the designation from supply chain to supply network.

**Keywords:** Supply chain, Supply network, LARG Strategy.

## Introdução

As atividades económicas passaram a ser globais. O crescimento do comércio global, o aumento da competitividade e da exigência dos consumidores, a diminuição do ciclo de vida dos produtos e o aumento da complexidade dos mesmos levaram muitas organizações a ampliar as relações de trocas com fornecedores e distribuidores, localizados em qualquer parte do mundo, unindo esforços e atuando de forma conjunta, com o objetivo de reduzir custos de produção, constituindo cadeias produtivas globais cuja gestão é mais complexa e extremamente importante para a obtenção de vantagens competitivas.

As empresas tomaram consciência de que não podem competir sozinhas, sendo muito mais competitivo fazê-lo em rede (Min *et al.*, 2002). Esta realidade tem levado as empresas a desenvolver novos modelos de relacionamento. O modelo de cooperação em rede, por exemplo, visa a eficácia e a eficiência dos investimentos em recursos e da produção e a distribuição de produtos ou serviços, podendo funcionar como uma única unidade em tempo real, à escala planetária (Castells, 2001).