

063

ANÁLISE DOS NÍVEIS DE COOPERAÇÃO NAS EMPRESAS DA INDÚSTRIA BRASILEIRA.*Priscila Silva Esteves, Juliana Subtil Lacerda, Gustavo Botter Maio Rocha, Paulo Antonio Zawislak (orient.) (UFRGS).*

Por décadas nos referimos à indústria automotiva como sendo um conjunto de montadoras produzindo objetos de desejo. Por intermédio de seus produtos e suas marcas, vimos se consolidar uma indústria dinâmica, berço das principais inovações organizacionais e de muitas novidades tecnológicas. Mas, paralelamente, vimos emergir um consumidor cada vez mais informado, conhecedor e, por isso mesmo, mais exigente. Nesse contexto, os últimos anos têm sido de intensa disputa por partes de mercado. Novos produtos em frequência crescente, com novas tecnologias embarcadas, fabricados em modernas plantas industriais, tornam o desafio competitivo maior. Saber como desenvolver produtos rapidamente para consumidores cada vez mais exigentes e como reduzir seus custos e preços para manter margens e ganhar partes de mercado mostram-se essenciais para as empresas do ramo. Devido a isso, foi elaborada uma pesquisa com o intuito de saber como estão as relações de cooperação dentro das empresas da cadeia automotiva, após todas essas evoluções que ocorreram nas últimas décadas. Foram contatadas mais de 400 empresas retiradas da base do SINDIPEÇAS e ao final foram coletadas 180 respostas que serviram como fonte para as análises. A principal conclusão que se pode retirar desta pesquisa diz respeito à estabilidade das relações integradas de suprimento automotivo. Resultados positivos, oriundos das relações integradas de fornecimento, dependem de um longo prazo de duração, da confiança entre as partes e da troca de conhecimento. Não basta haver, tão somente, uma troca comercial mais integrada. É necessário que haja um crescente envolvimento entre as partes desde os estágios iniciais de desenvolvimento dos produtos. (PIBIC).