

RELAÇÕES DE FORNECIMENTO NA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA DO PARANÁ: O CASO CHRYSLER E DANA

Edson Cesar Aguiar; Ivan Carlos Vicentin; Giulliana M. S. Vicentin
Unibrasil - Faculdades do Brasil, Curitiba - Paraná

(Orientador)
-, - Paraná

Em um mundo de intensa competição global, a busca por menores prazos, custos competitivos, qualidade e flexibilidade é uma constante. Percebe-se que, para alcançá-los, é necessário, além de estratégias, alianças estratégicas. Assim, a lógica da colaboração se torna uma parte essencial da estratégia de negócios. As relações de fornecimento, firmadas a longo prazo entre as empresas, passam a ser consideradas como chave para o sucesso das metas empresariais das organizações. Aquelas empresas que estabelecerem e cultivarem os benefícios mútuos advindos dessas formas de parcerias poderão esperar um desempenho competitivo superior. Nesse contexto este trabalho diz respeito às relações de fornecimento cliente - fornecedor na indústria automobilística paranaense. Especificamente, busca identificar os pressupostos das teorias organizacionais que conduzem às novas configurações das relações de fornecimento cliente – fornecedor, os requisitos para participar dessas relações de fornecimento e as motivações de cada um dos parceiros nessas relações de fornecimento, no contexto regional das empresas automobilísticas do Paraná. As relações de fornecimento de longo prazo estabelecidas pelas alianças estratégicas são tidas como formas de aumentar o sucesso do negócio e assegurar a prosperidade e a sobrevivência. Constata-se uma tendência de formação de relações de fornecimento de longo prazo, que se fundamentam, em teorias micro-econômicas e de administração estratégica para a explicação das estratégias competitivas adotadas pelas organizações e, neste sentido, reside a importância desse trabalho, que utilizou-se de um estudo de caso, mais especificamente, da relação de fornecimento entre uma montadora, a Chrysler e um seu fornecedor, a Dana, buscando explicá-lo sob a ótica da competitividade, e de como as alianças estratégicas fundamentam a estratégia de competição.

diretoria.edson@sindop.com.br