

085

COOPERAR PARA COMPETIR: AS RELAÇÕES DE PARCERIA NA CADEIA AUTOMOTIVA GAÚCHA. *Betina Frizzo Pasquotto, Aurélia Adriana Melo, Paulo Antonio Zawislak (orient.)* (Departamento de Ciências Administrativas, Escola de Administração, UFRGS).

O cenário competitivo impõe às empresas a necessidade de inovar para ganhar e garantir, posições estratégicas no mercado. No entanto, inovar não é tarefa fácil. O acesso a tecnologias, a informações, enfim, ao conhecimento de uma forma geral tem sido de grande dificuldade para as empresas. É neste contexto que as relações de parceria têm ganhado destaque nos últimos anos. Entre outras coisas, estas relações contribuem para o aumento de competitividade das empresas ao atenuarem estas dificuldades. Pode-se afirmar, por exemplo que, por meio de relações de parceria, os prazos de desenvolvimento e maturação de projetos são reduzidos, há ganhos de escala e aumenta-se a rapidez nas respostas às exigências do mercado. Em suma, as parcerias ao completarem diferentes competências individuais (de cada empresa parceira) permitem o surgimento de novas competências (agora coletivas), justamente aquelas exigidas no cenário atual. Levando-se estes fatos em conta, esse trabalho tem por objetivo apresentar cinco estudos de casos de relações de parceria em empresas da cadeia automotiva gaúcha. Propõe-se apresentar a visão que empresas têm dos diferentes tipos de parcerias (alianças estratégicas, joint-venture, etc.), bem como suas vantagens e desvantagens. Estes resultados foram obtidos por meio de entrevistas em profundidade realizadas em empresas pertencentes à Cadeia Automotiva Gaúcha, no âmbito do projeto Atualização da Plataforma Tecnológica da Cadeia Automotiva do RS- CARS 2002 no que tange o desenvolvimento de um modelo de gestão de alianças estratégicas. (PIBIC/CNPq-UFRGS).