

A firma é um agente econômico que produz e transaciona bens e serviços para suprir necessidades do mercado. Além disso, de acordo com a literatura, toda firma apresenta em sua estrutura quatro capacidades, a saber, a tecnológica, a operacional, a gerencial e a transacional. Para que a produção de bens e serviços seja possível é necessário o desenvolvimento de novos projetos, que estão relacionados com a capacidade tecnológica da organização. Na realidade, em função do desenvolvimento de novas tecnologias, muitos produtos e seus processos tornam-se mais complexos. À medida que cresce sua complexidade, as empresas acabam reconfigurando suas formas de organização e relacionamento. A firma, ao decidir fazer e/ou comprar, e a partir do momento que envolve outra firma no seu processo produtivo, estabelece uma relação industrial. Nesse sentido, pode-se considerar a firma como um fornecedor capaz de desenvolver um produto para outra firma. A partir da relação estabelecida, o desenvolvimento do produto pode, em um extremo, ser o que o cliente quer ou, em outro extremo, ser próprio da firma fornecedora. Entre os dois extremos existem outros níveis de autonomia que se estabelecem entre o cliente e o fornecedor, mesmo nas relações industriais. Portanto, o objetivo desta análise é entender a relação entre clientes e firmas no que tange à autonomia das firmas no desenvolvimento de novos produtos nas relações industriais. Para desenvolver o estudo foram realizadas entrevistas em empresas industriais do estado do Rio Grande do Sul às quais foi aplicado um questionário estruturado em cinco blocos de questões, além disso, foram coletadas informações em fontes secundárias das empresas. Observou-se que as firmas podem ter quatro níveis de autonomia nas relações com os clientes, são eles: (1) Desenvolvimento próprio: a firma desenvolve produtos antecipando-se às necessidades do mercado e oferecendo soluções e novas opções aos clientes; (2) Desenvolvimento por solicitação: desenvolve a partir de seus próprios recursos e conhecimento uma solução para o cliente; (3) Subcontratada: produz a partir das especificações do cliente (que desenvolve o projeto e define parâmetros comerciais) e (4) Terceirizada: caso em que o cliente fica em contato com a firma em todas as etapas do processo, para certificar-se da fidelidade ao processo original e qualidade do produto final. Vale ressaltar que não necessariamente uma firma se enquadrará em apenas um nível, podendo se comportar de diferentes formas em diferentes situações. Percebeu-se que em cada um desses níveis as capacidades da empresa se apresentam de forma diferente, de modo a configurar o perfil daquele nível. Observa-se que quanto menor o nível de autonomia da firma, maior será a representatividade da capacidade produtiva. E inversamente, o desenvolvimento de projetos, patentes e marca aumentam a autonomia da firma em relação aos seus clientes; podendo, inclusive a capacidade produtiva ser realizada por outra firma sob contrato.

Palavras-chave: Indústria, desenvolvimento, relação cliente-firma.