



08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022
ISSN 2177-3866

RELACIONAMENTOS NAS REDES DE NEGÓCIOS DA INDÚSTRIA 4.0

MARCO AURELIO FRAGOMENI
UNIVERSIDADE PAULISTA (UNIP)

TENG HSIANG HUI
UNIVERSIDADE PAULISTA (UNIP)

Agradecimento à orgão de fomento:
sem agradecimento

RELACIONAMENTOS NAS REDES DE NEGÓCIOS DA INDÚSTRIA 4.0

Introdução

O século XXI chegou trazendo consigo uma evolução tecnológica sem precedentes na história da humanidade. No setor industrial esse movimento vem causando transformações expressivas no sistema de produção das empresas manufatureiras sendo conhecido como a quarta revolução industrial. Este artigo propõe-se a discutir às competências e habilidades necessárias aos administradores no desenvolvimento dos relacionamentos empresariais no setor industrial moderno. A opção pela perspectiva em redes de negócios deve-se em função que nessa tipologia as relações interorganizacionais ficam evidentes

Problema de Pesquisa e Objetivo

Nesse sentido o artigo pretende responder a seguinte questão de pesquisa: Qual é a influência que as tecnologias digitais exercem nos relacionamentos empresariais? Foram definidos os seguintes objetivos: (1) identificar e estimar a intensidade das tecnologias digitais utilizadas pelas empresas estudadas, (2) identificar e mensurar a intensidade dos relacionamentos dessas empresas com sua rede de negócios, e (3) Relacionar as duas variáveis para compreender o fenômeno.

Fundamentação Teórica

Relacionamentos interempresariais em função de que as relações industriais em geral possuem dois paradigmas principais: transacional (Williamson, 2008) e relacional (Dyer & Singh, 1998; Dyer et al., 2018). Vínculos interempresariais na medida em que os os relacionamentos interempresariais tornam-se peculiares ocorre o vínculo. As organizações apresentam vínculos quando servem a um mercado particular (Ebers & Jarillo, 1998). Contador (2008) considera a existência três tipos de vínculos entre as organizações: econômicos, sociais e locais.

Metodologia

A pesquisa teve caráter exploratório e adotou uma abordagem quantitativa numa amostra de 18 empresas do segmento de automação e robótica brasileiro, sendo 15 da região Sudeste e 3 da região Sul. Foram descartadas 2 empresas (G e L) que não atenderam plenamente ao protocolo da pesquisa. Também foi realizada, em 22 e 23 de janeiro de 2021, uma pesquisa bibliográfica com o propósito de verificar a existência de artigos similares à presente pesquisa

Análise dos Resultados

Constatou-se existir uma complementaridade entre os vínculos sociais e os econômicos: nas aquisições iniciais das tecnologias digitais pelas empresas os vínculos econômicos são mais valorizados; após as aquisições serem realizadas os vínculos sociais passam a ser preponderantes no relacionamento empresarial, e assim sucessivamente.

Conclusão

Considerando a rede de negócios, as empresas do segmento de automação e robótica possuem relacionamentos intensivos tanto com os clientes quanto com os fornecedores. Constata-se também que as tecnologias digitais, típicas da I4.0, podem exercer uma influência significativa nos relacionamentos empresariais de uma rede de negócios. Como achado relevante a existência de complementaridade entre os vínculos sociais e os econômicos pode indicar que a tecnologia vai sendo implementada sucessivamente por etapas conforme observado na ordem decrescente dos valores de cada Intensidade Média da Tecnologia

Referências Bibliográficas

Dyer, J. H., & Singh, H. (1998). The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. *Academy of management review*, 23(4), 660-679. Ebers, M., & Jarillo, J. C. (1998). The construction forms, and consequences of industry networks, *international studies of management & organization*. Williamson, O. E. (2008). Outsourcing: Transaction cost economics and supply chain management. *Journal of supply chain management*, 44(2), 5-16. Frank, A. G., Dalenogare, L. S., & Ayala, N. F. (2019). Industry 4.0 technologies: Implementation patterns in manufacturing co