

Custos Interorganizacionais e Precificação na Indústria de Autopeças

Juliana Ventura Amaral

Doutorado em Controladoria e Contabilidade pela Universidade de São Paulo – USP
Professora da Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras –
FIEPECAFI
Rua Maestro Cardim 1170. Liberdade. São Paulo/SP. CEP: 01.323-001
E-mail: juliana.ve.amaral@gmail.com

Rafael Nogueira Saes

Mestrado em andamento em Controladoria e Finanças pela Fundação Instituto de
Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras – FIEPECAFI
Controller na Indústria Brasileira de Bombas Automotivas S.A
Av. Mercedes Benz, 679 – Distrito Industrial – Campinas/SP. CEP: 13054-750
E-mail: rnsconsultoria@outlook.com

RESUMO

A indústria de autopeças é caracterizada por uma complexa rede de relações interorganizacionais, na qual a gestão de custos e a precificação desempenham papéis essenciais. Este artigo investigou como essas relações impactam o método de precificação no setor. O método utilizado foi uma abordagem qualitativa, baseada em estudo de caso, que envolveu entrevistas semiestruturadas com profissionais do setor, observação e análise documental detalhada de práticas empresariais. A pesquisa identificou que o processo de precificação geralmente segue um modelo colaborativo entre fornecedores e montadoras, variando conforme o contexto do projeto. Os resultados trazem que a precificação mostrou-se um processo colaborativo, mas influenciado por múltiplos fatores, incluindo custos, qualidade e inovação. Esta pesquisa contribui para o conhecimento sobre relações interorganizacionais e processos de precificação na indústria de autopeças, oferecendo informações para empresas e pesquisadores. As implicações práticas incluem orientações para otimizar interações e estratégias de custos, permitindo que as empresas desenvolvam métodos de precificação mais eficazes em um ambiente altamente dinâmico e interconectado.

Palavras-chave: Relações Interorganizacionais. Indústria de Autopeças. Precificação.

Interorganizational Costs and Pricing in the Auto Parts Industry

ABSTRACT

The auto parts industry is characterized by a complex network of interorganizational relationships, in which cost management and pricing play essential roles. This article investigated how these relationships impact the pricing method in the sector. The method used was a qualitative approach, based on a case study, which involved semi-structured interviews with professionals in the sector, observation and detailed

documentary analysis of business practices. The research identified that the pricing process generally follows a collaborative model between suppliers and assemblers, varying according to the context of the project. The results show that pricing proved to be a collaborative process, but influenced by multiple factors, including costs, quality and innovation. This research contributes to the knowledge on interorganizational relationships and pricing processes in the auto parts industry, offering information for companies and researchers. Practical implications include guidelines for optimizing interactions and cost strategies, allowing companies to develop more effective pricing methods in a highly dynamic and interconnected environment.

Keywords: Interorganizational Relations. Auto Parts Industry. Pricing.

Costos y precios interorganizacionales en la industria de autopartes

RESUMEN

La industria de autopartes se caracteriza por una compleja red de relaciones interorganizacionales, en la cual la gestión de costos y la fijación de precios juegan un papel esencial. Este artículo investigó cómo estas relaciones impactan el método de fijación de precios en el sector. El método utilizado fue un enfoque cualitativo, basado en un estudio de caso, que involucró entrevistas semiestructuradas a profesionales del sector, observación y análisis documental detallado de las prácticas empresariales. La investigación identificó que el proceso de fijación de precios generalmente sigue un modelo colaborativo entre proveedores y ensambladores, que varía según el contexto del proyecto. Los resultados muestran que la fijación de precios fue un proceso colaborativo, pero influenciado por múltiples factores, incluidos los costos, la calidad y la innovación. Esta investigación contribuye al conocimiento sobre las relaciones interorganizacionales y los procesos de fijación de precios en la industria de autopartes, ofreciendo información para empresas e investigadores. Las implicaciones prácticas incluyen orientación para optimizar las interacciones y las estrategias de costos, permitiendo a las empresas desarrollar métodos de fijación de precios más efectivos en un entorno altamente dinámico e interconectado.

Palabras clave: Relaciones Interorganizacionales. Industria de Autopartes. Precios.

1 INTRODUÇÃO

A indústria de autopeças é um componente essencial da cadeia produtiva automotiva e desempenha um papel relevante na economia global. Caracterizada por uma complexa rede de colaboração entre empresas, essa indústria enfrenta desafios no desenvolvimento e fornecimento de produtos de alta qualidade aos fabricantes de veículos. Um aspecto central desses desafios é a gestão de custos interorganizacionais, como um fator importante para a eficiência e competitividade do setor.

A colaboração entre as diversas organizações que compõem a indústria de autopeças é essencial para atender às complexas demandas dos fabricantes de veículos. Estudos anteriores, como Faria, Soares, Rocha e Rossi (2013), destacam a importância das relações interorganizacionais na otimização da eficiência operacional e na promoção da inovação. Essas relações são essenciais não apenas para a criação de soluções eficazes que atendam às expectativas dos consumidores, mas também para a gestão estratégica de custos que sustente a lucratividade e a estabilidade financeira das empresas (Cooper & Slagmulder, 2004; Duarte & Rocha, 2018).

A indústria de autopeças é caracterizada por suas complexas redes de fornecedores e alta competitividade, onde a pressão para reduzir custos e melhorar a eficiência é constante. Cooper e Slagmulder (2004) destacam que a gestão interorganizacional de custos é essencial para criar uma vantagem competitiva sustentável em mercados tão desafiadores. Eles argumentam que a gestão de custos deve ser integrada com práticas de melhoria contínua e inovação para atender às expectativas dos clientes e manter a lucratividade (Cooper & Slagmulder, 2004).

Na indústria de autopeças, as relações interorganizacionais são essenciais para a eficiência, inovação e competitividade do setor, influenciando não apenas a operacionalidade, mas também a sustentabilidade financeira das empresas envolvidas (Farias & Gasparetto, 2016). Simultaneamente, o método de precificação assume uma importância estratégica, pois influencia diretamente as decisões de compra dos clientes e afeta a lucratividade das empresas (Duarte & Rocha, 2018). Surge então uma questão fundamental: Como a gestão de custos interorganizacionais influencia o método de precificação na indústria de autopeças?

Uma investigação crítica e sistemática pode contribuir tanto para o avanço do conhecimento acadêmico quanto para a prática empresarial (Farias & Gasparetto, 2019; Oliveira, Borges, Carvalho, & Santos, 2016). Portanto, esta pesquisa visa preencher essa lacuna, focando especificamente na interação entre os custos interorganizacionais e o método de precificação na indústria de autopeças. Espera-se que os resultados desta investigação ofereçam uma compreensão que ajude as empresas a otimizar suas estratégias de custo e precificação, além de proporcionar um entendimento mais profundo das dinâmicas interorganizacionais que moldam a competitividade no setor.

A indústria de autopeças apresenta elevada relevância econômica, com capacidade instalada para a produção de centenas de milhões de componentes automotivos ao ano, gerando faturamento superior a US\$ 590 bilhões quando considerados, de forma agregada, os setores automotivo e de autopeças (Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços do Brasil, 2023). Compreender o impacto da gestão de custos interorganizacionais no método de precificação é essencial para as empresas do setor, pois os preços influenciam diretamente as decisões de compra dos clientes e afetam a lucratividade e sustentabilidade financeira das empresas.

Os resultados desta pesquisa têm implicações práticas para as empresas da indústria de autopeças. Identificando as práticas de gestão de custos interorganizacionais e sua influência na precificação, as empresas podem tomar decisões mais informadas sobre suas estratégias de formação de preços. Além disso, a análise dos fatores que impactam o método de precificação permitirá que as empresas enfrentem de maneira mais eficaz os desafios associados a custos, concorrência e demanda do mercado.

A pesquisa também contribui para a sociedade em geral, considerando o papel expressivo da indústria automotiva na geração de empregos, movimentação econômica e desenvolvimento tecnológico. Ao aprimorar a compreensão das relações interorganizacionais e seu impacto na precificação, este estudo pode ajudar a fortalecer o setor como um todo, beneficiando as empresas envolvidas, a economia local e global.

Vale ressaltar que, embora a gestão de custos interorganizacionais já venha sendo abordada em estudos anteriores, esta pesquisa avança ao examinar empiricamente de que forma tais práticas se articulam diretamente com o processo de formação de preços na indústria brasileira de autopeças. Diferentemente de trabalhos que tratam os custos interorganizacionais ou a precificação de maneira isolada, o presente estudo integra essas duas dimensões no nível interorganizacional, evidenciando suas interdependências. Ademais, ao adotar um estudo de caso qualitativo sustentado por triangulação de dados oriundos de entrevistas, observação direta e análise documental, a pesquisa oferece uma compreensão aprofundada e contextualizada das práticas de precificação em um setor marcado por assimetrias de poder e relações contratuais de longo prazo. Dessa forma, o artigo contribui ao

estender a literatura existente para o contexto específico da formação de preços em arranjos interorganizacionais, especialmente em economias emergentes.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Relações Interorganizacionais

Conforme destacado por Faria et al. (2013) e Pazetto (2019), as relações colaborativas e o fluxo de informações entre empresas são fundamentais para superar desafios técnicos e de mercado. A colaboração pode se manifestar em:

1. Parcerias estratégicas em pesquisa e desenvolvimento;
2. Compartilhamento de dados de mercado e operacionais;
3. Alinhamento de estratégias de produção. Essas práticas não apenas melhoram a eficiência e a capacidade de resposta às demandas do mercado, mas também fomentam a inovação, permitindo o desenvolvimento conjunto de novas tecnologias e soluções.

Reuer (2024) argumenta que as relações interorganizacionais são sustentadas por combinações específicas de mecanismos de governança, que incluem não apenas contratos formais, mas também controles administrativos, estruturas organizacionais e suportes institucionais. O autor ressalta que tais mecanismos são moldados por contextos cooperativos e competitivos simultaneamente, desafiando a visão tradicional de que confiança e contratos atuam como substitutos. Essa perspectiva amplia a compreensão das relações interorganizacionais como arranjos dinâmicos, nos quais decisões estratégicas, distribuição de poder e interdependência entre as partes influenciam continuamente a coordenação, o desempenho e a sustentabilidade das colaborações de longo prazo.

A cooperação na relação interorganizacional vai além de simples acordos comerciais, envolvendo também o compartilhamento de conhecimento, tecnologia e informações. A interação entre empresas é essencial para otimizar os processos de produção e criar produtos inovadores. Isso é evidenciado na cooperação entre fornecedores de matérias-primas e componentes, montadoras e distribuidores (Faria et al., 2013).

A pesquisa desenvolvida por Fehr (2015) examinou os mecanismos de transparência e governança de custos em relações interorganizacionais no contexto

industrial brasileiro. A autora evidenciou que o compartilhamento estruturado de informações e a adoção de práticas associadas ao *open book accounting* contribuem para o fortalecimento da confiança, da coordenação e da tomada de decisão conjunta entre as organizações. Esses achados reforçam a compreensão de que a gestão colaborativa de custos exerce influência direta sobre os processos de negociação e formação de preços nas relações comprador–fornecedor.

Dessa forma, as relações interorganizacionais são fundamentais para a gestão eficiente de custos, o método de precificação e a competitividade geral no setor de autopeças. A análise dessas relações oferece uma compreensão sobre como as empresas podem melhorar suas operações e estratégias em um ambiente altamente competitivo e dinâmico. Compreender as dinâmicas dessas relações é decisivo para o desenvolvimento de estratégias eficazes de gestão de custos e precificação na indústria de autopeças.

Na indústria de autopeças, as relações interorganizacionais são decisivas devido à complexidade e interconectividade da cadeia de valor. Essas relações transcendem simples transações comerciais, envolvendo uma cooperação estratégica que visa otimizar processos, promover a inovação e reduzir custos. A colaboração entre empresas neste setor pode abranger desde acordos de fornecimento até parcerias estratégicas de longo prazo, incluindo alianças para pesquisa e desenvolvimento.

Estudos como os de Faria et al. (2013) e Pazetto (2019) destacam que as relações interorganizacionais na indústria de autopeças são essenciais para a eficiência e inovação. A colaboração entre fornecedores de matérias-primas, fabricantes de componentes e montadoras permite a otimização dos processos de produção e a criação de produtos inovadores. Por exemplo, a troca de informações entre fornecedores e montadoras pode resultar em melhores práticas de produção e desenvolvimento de componentes de maior qualidade.

As relações interorganizacionais também desempenham um papel vital na redução de custos na indústria de autopeças. Segundo Agndal e Nilsson (2009), a gestão eficaz de custos interorganizacionais pode levar a economias significativas, pois permite uma melhor coordenação das atividades e uma alocação mais eficiente dos recursos. A parceria entre empresas facilita a implementação de práticas como o

open-book accounting, onde as empresas compartilham abertamente suas informações contábeis e de custos, promovendo transparência e confiança.

A cooperação interorganizacional é particularmente relevante na pesquisa e desenvolvimento (P&D). Parcerias em P&D permitem que as empresas combinem recursos e conhecimentos para desenvolver novos produtos e tecnologias. Esse tipo de colaboração pode acelerar o processo de inovação e permitir que as empresas respondam mais rapidamente às mudanças do mercado. Faria et al. (2013) mostram como uma montadora de veículos na Região do Grande ABC utilizou práticas de gestão de custos interorganizacionais para melhorar sua eficiência operacional e capacidade de inovação.

2.1.1 Cooperação na Relação Interorganizacional

As relações interorganizacionais são marcadas por tensões e paradoxos inerentes, decorrentes da necessidade simultânea de cooperação e preservação de interesses individuais. Fortes, Agostini, Wegner e Nosella (2023), por meio de uma revisão sistemática da literatura, evidenciam que paradoxos como compartilhamento versus proteção do conhecimento, flexibilidade versus controle e orientação de curto versus longo prazo são recorrentes em diferentes tipos de arranjos interorganizacionais. Os autores demonstram que a forma como essas tensões são gerenciadas influencia diretamente o desempenho e a estabilidade das relações ao longo do tempo, destacando a importância de práticas gerenciais capazes de equilibrar interesses conflitantes. Essa abordagem contribui para compreender as relações interorganizacionais como processos dinâmicos, nos quais conflitos e cooperação coexistem e moldam os resultados organizacionais.

A cooperação interorganizacional é particularmente importante quando há complexidade da cadeia de valor e alta interdependência entre empresas. Por exemplo, a colaboração entre fornecedores de matérias-primas, fabricantes de componentes e montadoras permite a otimização de processos de produção e o desenvolvimento de produtos inovadores (Faria et al., 2013).

A cooperação interorganizacional na indústria de autopeças é um fator essencial para melhorar a eficiência, reduzir custos e fomentar a inovação. Nesse setor, onde a cadeia de valor é extensa e complexa, a colaboração entre empresas

assume diversas formas específicas que são fundamentais para o sucesso. As formas de cooperação na indústria de autopeças incluem:

- 1) *Joint ventures* e alianças estratégicas: permitem que empresas compartilhem recursos, tecnologias e conhecimentos técnicos, desenvolvendo novos produtos e melhorando processos de fabricação (Duarte & Rocha, 2018);
- 2) Programas de qualidade: muitas empresas participam de programas de melhoria contínua, como o *Six Sigma* e o *Lean Manufacturing*, em colaboração com seus parceiros. Estes programas visam reduzir defeitos, melhorar a eficiência e aumentar a satisfação do cliente (Faria et al., 2013);
- 3) Redes de fornecimento integradas: fornecedores de primeiro, segundo e terceiro níveis trabalham em estreita colaboração, utilizando sistemas avançados de gestão de relacionamento com fornecedores (SRM) para facilitar a comunicação, monitoramento de desempenho e resolução de problemas em tempo real (Pazetto, 2019);
- 4) Acordos de fornecimento e parcerias estratégicas de longo prazo: essas formas de cooperação são particularmente importantes devido à complexidade da cadeia de valor e à interdependência entre empresas (Faria et al., 2013);
- 5) Colaborações em pesquisa e desenvolvimento: permitem que as empresas combinem recursos e conhecimentos para desenvolver novos produtos e tecnologias (Pazetto, 2019).

Os benefícios da cooperação abrangem redução de custos de produção; aceleração do desenvolvimento de novos produtos e processos; e melhoria da competitividade através da troca de informações sobre demandas de mercado e tendências tecnológicas (Agndal & Nilsson, 2009). Já os desafios e barreiras contemplam diferenças culturais; assimetrias de poder; falta de confiança; competição no mercado; e medo de compartilhar informações estratégicas. Para superar essas barreiras, é fundamental desenvolver mecanismos de governança eficazes, como contratos detalhados, acordos de confidencialidade e comitês conjuntos para resolver disputas (Aguilar, Rezende, & Rocha, 2008).

A cooperação na relação interorganizacional na indústria de autopeças é fundamental para promover a eficiência, a inovação e a competitividade. A análise dessas relações oferece uma compreensão de como as empresas podem melhorar

suas operações e estratégias em um ambiente altamente competitivo e dinâmico, garantindo assim sua sustentabilidade e sucesso a longo prazo (Williamson, 1981).

A colaboração entre empresas através de *joint ventures*, alianças estratégicas e programas de qualidade, como o *Six Sigma* e o *Lean Manufacturing*, permite um compartilhamento mais profundo de recursos e conhecimentos. Esse compartilhamento é importante para otimização de processos produtivos e redução de custos, o que, por sua vez, influencia diretamente as práticas de precificação (Faria et al., 2013).

2.2 Método de Precificação na Indústria

O método de precificação na indústria é um processo complexo que envolve várias estratégias e práticas para determinar o preço final dos produtos. A precificação eficaz é decisiva para garantir a competitividade e a lucratividade das empresas em um mercado dinâmico e competitivo. Diversos fatores influenciam o método de precificação, incluindo custos de produção, demanda do mercado, concorrência e estratégias de gestão de custos interorganizacionais.

A literatura recente tem enfatizado que a formação de preços em contextos industriais é fortemente condicionada pelas relações interorganizacionais, estruturas contratuais e assimetrias de poder entre compradores e fornecedores. Hinterhuber e Liozu (2023) destacam que, diferentemente de mercados de consumo, a precificação em ambientes B2B ocorre em interações recorrentes e negociadas, nas quais fatores como dependência econômica, duração dos contratos e posição relativa na cadeia de valor influenciam significativamente as decisões de preço. Os autores argumentam que a pressão competitiva exercida por grandes compradores, como montadoras, tende a deslocar a lógica de precificação para modelos mais orientados à eficiência de custos e à preservação de relacionamentos estratégicos, restringindo a autonomia dos fornecedores na captura de valor. Nesse sentido, a precificação deixa de ser uma decisão isolada e passa a refletir o equilíbrio entre custos, valor percebido e estratégias de manutenção de relacionamentos interorganizacionais de longo prazo.

Na indústria de autopeças, a precificação é influenciada por características específicas do setor com a dependência de contratos de longo prazo com montadoras, que frequentemente estipulam preços fixos ou faixas de preço; necessidade de gestão

cuidadosa dos custos para garantir margens de lucro; antecipação de flutuações nos custos de materiais e negociação de cláusulas de ajuste de preços.

Estudos de caso demonstram a aplicação prática desses métodos, merecendo citar Kulmala, Paranko e Uusi-Rauva (2002), que analisaram como empresas na Finlândia utilizam a precificação baseada em custos e valor para otimizar suas estratégias de mercado; e Farias et al. (2013), que destacaram a importância da precificação competitiva na manutenção da participação de mercado em um setor altamente competitivo.

Yu e Song (2025), ao examinarem modelos cooperativos na cadeia de suprimentos de veículos inteligentes, evidenciam que decisões de preço são cada vez mais influenciadas por arranjos colaborativos envolvendo fabricantes, fornecedores de componentes e empresas de tecnologia. Os autores demonstram que a adoção de modelos de decisão conjunta e o compartilhamento de informações estratégicas tendem a reduzir conflitos distributivos, ao mesmo tempo em que exigem maior alinhamento entre estratégias de inovação, qualidade e precificação. Além disso, o uso intensivo de tecnologias digitais e sistemas analíticos amplia a capacidade das organizações de ajustar preços de forma dinâmica, considerando simultaneamente custos, sensibilidade do mercado e objetivos estratégicos da cadeia. Esses achados reforçam a compreensão de que, no contexto automotivo contemporâneo, a precificação está intrinsecamente vinculada à cooperação interorganizacional e à incorporação de tecnologias avançadas de gestão.

Dessa forma, a precificação na indústria de autopeças é um processo complexo que se beneficia da gestão de custos interorganizacionais. A dependência de contratos de longo prazo com montadoras, que frequentemente estipulam preços fixos ou faixas de preço, exige uma gestão cuidadosa dos custos e uma antecipação de flutuações nos custos de materiais. Neste contexto, a colaboração interorganizacional facilita a negociação de cláusulas de ajuste de preços e a implementação de estratégias de precificação baseadas em custos, valor e competitividade (Cooper & Slagmulder, 2004).

A indústria de autopeças enfrenta desafios significativos na determinação dos preços devido à elevada complexidade de sua cadeia de suprimentos, à volatilidade dos custos de matérias-primas e ao nível intenso de concorrência que caracteriza o setor. A precificação eficaz torna-se, neste contexto, um elemento estratégico para a

garantia da competitividade, da capacidade inovadora e da sustentabilidade financeira das empresas. Uma característica distintiva dessa indústria é a forte dependência de contratos de longo prazo com montadoras, que comumente estabelecem preços fixos ou faixas de preços previamente acordadas, exigindo dos fornecedores uma gestão rigorosa de custos para a preservação de margens ao longo do ciclo de vida dos projetos (Cooper & Slagmulder, 2004; Deloitte, 2023). Ademais, a necessidade de antecipar flutuações nos custos de materiais e de negociar cláusulas de reajuste de preços configura-se como condição relevante para mitigar os impactos de aumentos inesperados nos custos de produção.

Outra particularidade relevante da indústria de autopeças refere-se à pressão sistemática exercida pelas montadoras para a redução contínua de custos ao longo das relações de fornecimento. Para a manutenção de contratos e volumes de produção, fornecedores frequentemente se comprometem com programas anuais de redução de custos e ganhos de eficiência, o que intensifica o desafio de equilibrar competitividade econômica e desempenho operacional. Estudos indicam que essa dinâmica tem implicado compressão de margens e aumento da vulnerabilidade financeira dos fornecedores, ao mesmo tempo em que os obriga a inovar de forma contínua em processos produtivos, gestão de custos e organização interna, sem comprometer os padrões de qualidade exigidos pelo setor automotivo (PwC, 2024; Bain & Company, 2025).

Nesse ambiente competitivo, a precificação baseada na segmentação de mercado assume papel determinante na indústria de autopeças. Os produtos são frequentemente diferenciados de acordo com distintos níveis de qualidade, desempenho tecnológico e aplicação, o que permite atender a demandas heterogêneas de montadoras e mercados específicos. Tal segmentação favorece a adoção de estratégias de precificação alinhadas não apenas aos custos de produção, mas também ao valor percebido pelos clientes e às condições competitivas do mercado, conforme discutido na literatura sobre precificação industrial e redes de relacionamento interorganizacional (Indounas, 2006; Kulmala et al., 2002).

A precificação geográfica também se destaca como uma estratégia relevante, sobretudo para empresas de autopeças que atuam em múltiplos mercados internacionais. Variações nos custos logísticos, tarifas comerciais, regimes cambiais e exigências regulatórias locais influenciam de forma direta a estrutura de preços e a

competitividade das empresas em diferentes regiões. Diante desse cenário, torna-se necessário adaptar as estratégias de precificação às condições econômicas e institucionais específicas de cada mercado, de modo a assegurar a viabilidade financeira das operações e a manutenção da competitividade global (S&P Global Mobility, 2025; Stout, 2025).

Além disso, a crescente integração tecnológica e o avanço da digitalização têm ampliado de forma significativa as possibilidades de gestão da precificação na indústria de autopeças. O uso de ferramentas avançadas de análise de dados, aliados a soluções baseadas em inteligência artificial, tem permitido a adoção de modelos de precificação mais dinâmicos, flexíveis e sensíveis às condições de mercado em tempo quase real. Essas abordagens contribuem para o aprimoramento da tomada de decisão, a proteção de margens e a adaptação a ambientes caracterizados por elevada incerteza e volatilidade, especialmente nos segmentos de reposição e fornecimento globalizado (McKinsey & Company, 2025; Chenavaz & Dimitrov, 2025).

Bertucci (2008) observa que as empresas do setor automotivo no Brasil não usam predominantemente modelos de *cost plus*, em que os preços são definidos a partir de suas estruturas de custos. Essa análise revela uma tendência na indústria de autopeças brasileira de se apoiar em métodos tradicionais de precificação, que podem limitar a capacidade de responder às pressões competitivas do mercado global.

A observação de Bertucci (2008) sublinha a necessidade de uma mudança na mentalidade da gestão de custos, onde o custeio alvo poderia servir como uma ferramenta estratégica para otimizar a precificação e aumentar a competitividade. Isso é particularmente relevante em um ambiente econômico onde a capacidade de adaptação e resposta rápida às mudanças de mercado é essencial.

As relações interorganizacionais são fundamentais para a gestão eficiente de custos e precificação no setor. A colaboração entre fornecedores e montadoras, incluindo o compartilhamento de informações e a resolução conjunta de problemas, pode levar a economias e melhorar a competitividade. No entanto, essas relações também apresentam desafios, como a assimetria de poder nas negociações e a necessidade de equilibrar transparência com proteção de informações estratégicas.

3 MÉTODOS

Os métodos deste estudo foram escolhidos para explorar as complexidades das relações interorganizacionais na indústria de autopeças. Optou-se por um estudo de caso, abordagem particularmente adequada para analisar as percepções e experiências dos participantes (Martins & Theóphilo, 2016). Além disso, os estudos de caso proporcionam uma compreensão contextualizada das práticas e estratégias específicas adotadas pelas empresas no setor. Essa abordagem metodológica facilita a exploração das nuances das relações interorganizacionais e seu impacto no método de precificação dentro do contexto específico da indústria de autopeças.

3.1 Objeto do Estudo

Nesta pesquisa, a empresa objeto de estudo é referida como Grupo Innovauto, um nome fictício utilizado para preservar a confidencialidade da organização real. Essa abordagem foi adotada para proteger a identidade da empresa e garantir o cumprimento das diretrizes éticas de pesquisa. O Grupo Innovauto é uma entidade representativa do setor de autopeças, escolhida por suas práticas em gestão de custos e precificação. A escolha dessa abordagem se baseia na necessidade de explorar as interações entre as empresas do grupo, alinhando-se aos objetivos de buscar uma compreensão mais profunda e contextual dessas relações.

O Grupo Innovauto é um conglomerado empresarial que atua em diversos setores da economia. Com um portfólio diversificado, o grupo opera com nove empresas em sete áreas de negócios, incluindo rodas automotivas leves e pesadas, estamparia, sistemas de bancos automotivos, fundição e usinagem de componentes em latão e alumínio, combate a incêndios, serviços de consultoria administrativo-financeira e serviços de tecnologia da informação. O Grupo Innovauto emprega diretamente cerca de 2,3 mil colaboradores e está presente em mercados nacionais e internacionais, destacando-se pela excelência em qualidade de produtos e serviços, bem como pelo compromisso com a sustentabilidade econômica, ambiental e social.

Entre seus principais produtos, destacam-se as rodas em alumínio para veículos, peças plásticas e metálicas para a indústria automotiva, e soluções tecnológicas integradas. O grupo atende a diversos segmentos, incluindo o automotivo, construção civil, sistemas de gás, saneamento básico, e equipamentos

médicos. A presença do Grupo Innovauto em mercados exigentes é marcada pela inovação e pelo atendimento de alta qualidade, conforme relatado em seu *site* oficial Innovauto.

A escolha do Grupo Innovauto como estudo de caso se justifica pela sua relevância no mercado e pela complexidade de suas operações, que oferecem um rico campo para a investigação das práticas de gestão de custos e precificação.

3.2 Delineamento do Estudo

O delineamento do estudo de caso fundamenta-se nas contribuições de Yin (2018), que define o estudo de caso como uma investigação empírica que examina um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto real. Complementarmente, Martins e Theóphilo (2016) ressaltam a eficácia dessa abordagem na análise de fenômenos complexos nas ciências sociais aplicadas, o que se alinha com o objetivo desta pesquisa de examinar as práticas de gestão de custos interorganizacionais e formação de preços na indústria de autopeças, especificamente no contexto do Grupo Innovauto.

Para assegurar a validade e confiabilidade do estudo, foram adotadas três fontes principais de coleta de dados, permitindo a triangulação das evidências (Denzin, 2009): entrevistas semiestruturadas como principal fonte de dados, oferecendo informações dos participantes envolvidos nos processos de gestão de custos e formação de preços; análise documental, que envolve o exame de documentos internos, relatórios e outros materiais relevantes; e observação direta, com a participação ativa do pesquisador em reuniões e discussões relevantes.

Os dados obtidos por meio das entrevistas, da observação direta e da análise documental foram examinados com o apoio da técnica de análise de conteúdo, conforme os procedimentos propostos por Bardin (2011). Esse processo envolveu três etapas principais: (i) pré-análise, com a organização e leitura flutuante do material empírico; (ii) exploração do material, por meio da codificação e categorização temática dos dados; e (iii) tratamento dos resultados, inferência e interpretação, permitindo a identificação de padrões relacionados às práticas de gestão de custos interorganizacionais e sua influência no método de precificação. A adoção da análise de conteúdo mostrou-se adequada ao caráter exploratório do estudo e ao objetivo de

compreender significados, práticas e interações inseridas no contexto organizacional investigado.

Esse delineamento metodológico multifacetado visa garantir que o estudo capture de forma abrangente e precisa as nuances das práticas de gestão de custos interorganizacionais e formação de preços na indústria de autopeças, contribuindo para o corpo de conhecimento nesta área.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise dos resultados fundamenta-se na triangulação de três fontes primárias de evidências: entrevistas semiestruturadas, observações diretas e documentos organizacionais, em consonância com os princípios propostos por Denzin (2009). As entrevistas forneceram subsídios sobre as percepções e racionalidades decisórias dos gestores; as observações diretas possibilitaram a identificação de padrões de interação e dinâmicas de negociação; e a análise documental contribuiu com evidências objetivas relacionadas a modelos de precificação, estruturas de custos e arranjos contratuais. A triangulação dessas fontes ampliou a confiabilidade e a credibilidade dos achados, mitigando os riscos de viés associados à utilização de uma única fonte de dados.

Ao longo da apresentação dos achados, procura-se indicar explicitamente a origem das evidências, distinguindo percepções provenientes dos entrevistados, registros observacionais e informações provenientes de documentos organizacionais. Essa estratégia permite ao leitor identificar a base empírica de cada resultado apresentado e compreender como os achados emergiram a partir das diferentes fontes de dados coletadas.

A validade dos resultados foi assegurada por meio da triangulação das fontes de dados. A convergência das evidências obtidas por entrevistas, observações e documentos contribuiu para reduzir vieses individuais e fortalecer a consistência interpretativa dos achados. Resultados identificados de forma recorrente em mais de uma fonte de evidência foram considerados indícios mais robustos das práticas de gestão de custos interorganizacionais e dos processos de precificação observados no contexto investigado.

4.1 Análise Temática das Entrevistas

Com o objetivo de assegurar a confiabilidade da análise, as entrevistas realizadas foram integralmente transcritas e submetidas a um processo sistemático de codificação temática. As categorias analíticas foram inicialmente definidas a partir do referencial teórico e refinadas ao longo da leitura e exploração do material empírico, permitindo a identificação de padrões recorrentes. Esse procedimento reduziu interpretações arbitrárias e contribuiu para maior consistência e transparência na apresentação e interpretação dos resultados.

A análise das entrevistas revela que o processo de precificação na indústria de autopeças, especificamente no Grupo Innovauto, é caracterizado por uma abordagem colaborativa, mas com diferenças sutis importantes que refletem a complexidade das relações interorganizacionais no setor.

Na área financeira o Entrevistado 6 (Diretor CFO) enfatizou: "A precificação na indústria automotiva no Brasil geralmente segue um processo colaborativo entre fornecedores e montadoras, considerando fatores como custos, qualidade e inovação." Essa visão reflete uma abordagem estratégica que busca equilibrar múltiplos fatores na determinação dos preços.

Na área comercial os Entrevistados 3, 4 e 7 (Gerentes Comerciais e Coordenadores de Vendas) ofereceram informações práticas sobre o processo. O Entrevistado 4 destacou: "A solicitação de cotação do componente e o fornecimento de especificações técnicas são os mais aplicados." Isso sugere um processo estruturado de negociação e precificação.

Na área técnica os Entrevistados 1, 2 e 5 (Especialistas e Analistas Sênior de Orçamentos) corroboraram a natureza colaborativa do processo. O Entrevistado 2 elaborou: "Nossa relação de precificação com as montadoras geralmente segue um modelo de negociação direta, onde avaliamos conjuntamente as capacidades de produção, as especificações técnicas e as condições de compra, adaptando os preços conforme necessário para garantir competitividade e viabilidade para ambas as partes."

Todos os entrevistados concordaram que o modelo de precificação segue um processo colaborativo. No entanto, as observações revelaram que esse processo é frequentemente influenciado pelo poder econômico das montadoras.

O Entrevistado 2 observou: "No Brasil, a precificação na indústria automotiva segue um modelo dinâmico, mas sempre há espaço para melhorias e adaptações conforme as condições de mercado e as necessidades dos parceiros." Isso indica uma abordagem flexível, mas também sugere desafios contínuos na adaptação às mudanças de mercado.

Apesar da abordagem colaborativa, observou-se que "as montadoras buscam constantemente a redução de seus custos nos preços dos fornecedores." Além disso, "quando surgem aumentos de custo fora das janelas de repasse nos preços, nem sempre há flexibilidade da montadora em conceder auxílio aos fornecedores."

Esses achados dialogam com a literatura que caracteriza a precificação em relações interorganizacionais como um processo social e negociado, no qual decisões de preço emergem da interação contínua entre fornecedores e compradores, e não apenas de cálculos técnicos de custos. Cooper e Slagmulder (2004) destacam que, em contextos industriais, a formação de preços tende a assumir uma lógica colaborativa, porém condicionada por assimetrias de poder, nas quais compradores dominantes influenciam significativamente os termos econômicos das transações. Assim, mesmo em ambientes marcados por cooperação e compartilhamento de informações, persistem tensões decorrentes da busca por redução contínua de custos e da pressão por desempenho, aspecto que se mostra consistente com as evidências empíricas observadas no Grupo Innovauto.

A Tabela 1 sintetiza o potencial impacto na precificação de acordo com os entrevistados, considerando a precificação. Essa síntese visual permite uma rápida identificação dos constructos mais frequentemente associados ao impacto na precificação pelos diferentes níveis hierárquicos e áreas funcionais da empresa, fornecendo entendimento para a análise das práticas de gestão de custos interorganizacionais e precificação no Grupo Innovauto.

Tabela 1

Potencial impacto na precificação de acordo com os entrevistados

Dimensão	Entrevistado							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Precificação		x		X		X		x

4.2 Relatório das Observações Realizadas

As observações foram conduzidas ao longo de um período de três meses, envolvendo visitas presenciais às instalações de quatro fabricas do grupo. Durante essas visitas, foram realizadas observações diretas de reuniões de negociação, sessões de planejamento conjunto e processos de compartilhamento de informações. Além disso, foram analisados documentos internos, como planilhas de custos, contratos de fornecimento e relatórios de negociação, sempre com a devida autorização e respeitando os acordos de confidencialidade.

A análise das práticas de precificação na indústria de autopeças revelou uma dinâmica complexa e multifacetada, observada ao longo de três meses através de reuniões de negociação, análise documental e entrevistas com profissionais-chave.

Um aspecto significativo observado foi o investimento das montadoras em ferramentas e moldes específicos para a produção de componentes. Por exemplo, a Montadora X investiu R\$ 2 milhões em um molde especializado para a produção de um painel frontal pelo Fabricante. Esse investimento cria uma interdependência entre montadoras e fornecedores, alinhando-se com a teoria dos custos de transação de Williamson (1985).

Apesar desses investimentos, notou-se uma limitada flexibilidade na alteração de fornecedores. Um caso observado envolveu a Montadora Y, que manteve o contrato com o fabricante, mesmo insatisfeita com os preços, devido ao alto custo de transferência do molde e requalificação de um novo fornecedor. Essa situação demonstra como os investimentos específicos podem influenciar as relações de longo prazo no setor.

Em alguns casos, os fornecedores conseguem impor certas condições devido à dependência criada pelos investimentos específicos. Por exemplo, o fabricante negociou um aumento de 3% no preço de um componente crítico, argumentando que o investimento no molde específico justificava o ajuste.

Observou-se um claro respeito e ética entre as partes envolvidas, mesmo em situações de tensão. Códigos de conduta e políticas de negociação ética foram frequentemente referenciados durante as reuniões, indicando uma maturidade nas relações interorganizacionais do setor.

A busca constante por redução de custos pelas montadoras e aumento de lucratividade pelos fabricantes de peças foi evidente. Em uma série de reuniões, a Montadora Z propôs um programa de redução de custos de 3% ao ano, enquanto o fabricante contra-argumentou com a necessidade de manter margens saudáveis para investir em inovação.

Identificou-se o uso de diferentes estratégias de precificação, incluindo:

- a) precificação baseada em custos para componentes padronizados;
- b) precificação baseada em valor para componentes inovadores ou de alta tecnologia;
- c) precificação competitiva em situações com múltiplos fornecedores potenciais.

Notou-se um esforço constante de ambas as partes para encontrar um equilíbrio nas negociações. Um caso concreto envolveu uma negociação entre a Montadora X e o Fabricante, resultando em um acordo de redução gradual de preços ao longo de três anos, em troca de garantias de volume de pedidos.

Essa dinâmica complexa na precificação de componentes automotivos reflete a tensão entre a necessidade de colaboração e as pressões competitivas do mercado. A interdependência criada pelos investimentos específicos, combinada com a pressão constante por redução de custos e aumento de lucratividade, cria um ambiente desafiador para a precificação. No entanto, a presença de ética, respeito e a busca por equilíbrio nas negociações sugerem uma maturidade nas relações interorganizacionais do setor.

Para avançar, o setor poderia se beneficiar do desenvolvimento de modelos de precificação mais colaborativos, implementação de sistemas de compartilhamento de ganhos e riscos, e maior transparência nos processos de precificação. Essas abordagens poderiam contribuir para relações mais equilibradas e sustentáveis a longo prazo, promovendo inovação e eficiência na cadeia de suprimentos automotiva.

As evidências observacionais são coerentes com a literatura que explica como investimentos específicos em ativos — por exemplo, moldes e ferramentas dedicadas

— elevam a dependência e, portanto, ampliam os custos de mudança de fornecedor, reforçando assimetrias de poder nas negociações de preço (Cooper & Slagmulder, 2004; Reuer, 2024).

Em cadeias automotivas, tais especificidades frequentemente se combinam a contratos de longo prazo e metas de redução contínua de custos impostas por compradores dominantes, o que pressiona margens e desloca o equilíbrio negocial em favor das montadoras (Bain & Company, 2025; PwC, 2024).

Ainda assim, estudos indicam que mecanismos colaborativos — como *open-book accounting*, acordos de compartilhamento de ganhos/risco e estruturas de governança interorganizacional que misturam controles contratuais e administrativos — podem atenuar tensões distributivas e sustentar práticas de precificação mais estáveis quando há transparência e coordenação de decisões ao longo do tempo (Cooper & Slagmulder, 2004; Kulmala, Paranko & Uusi-Rauva, 2002; Reuer, 2024). Em mercados B2B industriais, a precificação permanece uma construção negociada e relacional — sensível à estrutura de poder, à segmentação de valor e às condições competitivas —, o que ajuda a explicar as diferenças sutis, porém persistentes, observadas entre áreas técnica, financeira e comercial no caso analisado (Hinterhuber & Liozu, 2023).

4.3 Análise da Documentação

Esta seção apresenta uma análise da documentação fornecida pela empresa participante do estudo, o Grupo Innovauto, com foco na precificação. A análise baseia-se na revisão de documentos que formalizam as práticas e demonstram como essas são implementadas e mantidas ao longo do tempo nas relações interorganizacionais na indústria de autopeças.

Seguindo a abordagem proposta por Martins e Theóphilo (2016), a análise documental foi conduzida de forma sistemática, envolvendo procedimentos de codificação, categorização e interpretação. Essa metodologia permitiu identificar padrões e tendências nas relações interorganizacionais dentro do Grupo Innovauto e suas interações com montadoras.

A análise documental referente às práticas de precificação no Grupo Innovauto revelou um processo complexo e dinâmico, influenciado por múltiplos fatores e caracterizado por uma abordagem colaborativa entre fornecedores e montadoras.

O foco da análise foi compreender os modelos e estratégias de precificação utilizados pelo Grupo Innovauto em suas relações com as montadoras, explorando como os preços são determinados, negociados e ajustados ao longo do tempo, considerando fatores como custos, qualidade, inovação e dinâmicas de mercado. A documentação analisada foi:

- 1) Modelos de precificação e planilhas de cálculo;
- 2) Contratos de fornecimento com cláusulas de precificação;
- 3) Históricos de negociação de preços;
- 4) Relatórios de análise de mercado e competitividade;
- 5) Planos internos de revisão de preços;
- 6) Acordos de flexibilidade na precificação.

Processo Colaborativo: o Entrevistado 5 confirmou que o modelo de precificação segue um processo colaborativo: "De forma resumida, é basicamente isso mesmo." Essa visão foi corroborada pelo Entrevistado 8, que destacou: "A precificação na indústria automotiva no Brasil geralmente segue um processo colaborativo entre fornecedores e montadoras, considerando fatores como custos, qualidade e inovação."

Dinâmica de Mercado: o Entrevistado 2 caracterizou o modelo de precificação como dinâmico: "No Brasil, a precificação na indústria automotiva segue um modelo dinâmico, mas sempre há espaço para melhorias e adaptações conforme as condições de mercado e as necessidades dos parceiros."

Investimentos Específicos: observou-se que, apesar do investimento em ferramentas e moldes por parte das montadoras, nem sempre há flexibilidade para alterar fontes de fornecimento, como mencionado na seção 4.2.4. Isso indica a existência de custos de mudança significativos.

Pressões Opostas: documentou-se uma busca constante por redução de custos por parte das montadoras e um esforço para aumento da lucratividade por parte dos fabricantes de peças.

Flexibilidade Limitada: os documentos analisados revelaram que os percentuais de lucro frequentemente não possuem flexibilidade, impossibilitando trabalhar com percentuais e critérios diferentes para cada cliente.

A precificação no Grupo Innovauto revela-se como um processo colaborativo, alinhando-se com as observações de Cooper e Slagmulder (2004) sobre a importância

da gestão de custos interorganizacionais. O modelo colaborativo mencionado pelos entrevistados reflete uma abordagem que busca equilibrar os interesses dos fabricantes de autopeças e das montadoras.

A caracterização do modelo como "dinâmico" pelo Entrevistado 2 sugere uma adaptabilidade às condições de mercado, alinhando-se com as práticas de precificação dinâmica discutidas por Agndal e Nilsson (2009). Essa abordagem permite que as empresas sejam mais ágeis em resposta às mudanças do mercado, maximizando receita e lucratividade.

A observação sobre a limitada flexibilidade para alterar fontes de fornecimento, apesar dos investimentos em ferramentas e moldes, indica a existência de custos de mudança significativos. Isso corrobora com a teoria dos custos de transação de Williamson (1985), onde investimentos específicos criam dependências mútuas entre as partes.

A busca constante por redução de custos pelas montadoras e o esforço para aumento da lucratividade pelos fabricantes de peças refletem a tensão inerente às relações comprador-fornecedor, como discutido por Farias e Gasparetto (2016). Essa dinâmica ressalta a importância de estratégias de precificação que possam criar valor para ambas as partes.

A limitada flexibilidade nos percentuais de lucro sugere desafios na implementação de estratégias de precificação mais adaptativas. Isso pode limitar a capacidade do Grupo Innovauto de responder eficazmente às variações de mercado e às necessidades específicas de diferentes clientes.

Em suma, a análise documental revela que a precificação no Grupo Innovauto é um processo colaborativo e dinâmico, influenciado por múltiplos fatores como custos, qualidade, inovação e condições de mercado. O equilíbrio entre a pressão por redução de custos e a necessidade de manter margens saudáveis apresenta-se como um desafio contínuo. A implementação de estratégias de precificação mais flexíveis e a busca por inovações que agreguem valor poderiam ser caminhos para fortalecer a posição competitiva do Grupo Innovauto no mercado de autopeças.

As evidências oriundas da análise documental corroboram a literatura que concebe a precificação em contextos interorganizacionais como um processo institucionalizado, sustentado por rotinas formais, contratos e mecanismos de governança que estruturam a interação entre compradores e fornecedores ao longo

do tempo. Agndal e Nilsson (2009) destacam que, em relações industriais de longo prazo, documentos como contratos, planilhas de custos, históricos de negociação e acordos de flexibilidade desempenham papel central na coordenação das decisões de preço, ao mesmo tempo em que refletem assimetrias de poder e dependência entre as partes.

Ademais, a limitada flexibilidade observada nos critérios de margens e nos percentuais de lucro formalizados nos documentos analisados é consistente com a literatura sobre gestão de custos interorganizacionais, que aponta que, mesmo em arranjos colaborativos, a autonomia dos fornecedores tende a ser condicionada pelos interesses estratégicos dos compradores dominantes (Cooper & Slagmulder, 2004; Reuer, 2024). Dessa forma, a documentação analisada não apenas formaliza práticas já observadas nas interações cotidianas, mas também evidencia como custos, inovação e pressões competitivas são incorporados às estruturas formais de precificação nas relações interorganizacionais da indústria de autopeças.

4.4 Síntese

A Tabela 2 oferece uma síntese dos achados gerais do estudo, a partir de três fontes de evidência: entrevistas, observações e documentos, permitindo uma triangulação dos dados coletados. Ela fornece uma visão integrada dos achados do estudo, destacando a precificação é percebida e praticado dentro do contexto das relações interorganizacionais na indústria de autopeças.

Tabela 2

Potencial impacto na precificação de acordo com entrevistas, observações e documentos

Dimensão	Entrevistas	Observações	Documentos
Precificação	Processo colaborativo, mas influenciado por múltiplos fatores	Pressão por redução de custos com busca por equilíbrio	Modelos de cálculo e análises de mercado indicam abordagem multifacetada

A síntese apresentada na Tabela 2 evidencia a convergência dos achados provenientes das entrevistas, das observações e da análise documental, reforçando a consistência interpretativa dos resultados obtidos por meio da triangulação das fontes de evidência. Conforme apontado na literatura, a combinação de múltiplas fontes empíricas permite capturar, de maneira mais robusta, a complexidade das

relações interorganizacionais e reduzir vieses associados à análise baseada em uma única perspectiva (Denzin, 2009; Martins & Theóphilo, 2016).

No caso analisado, a precificação emerge como um processo predominantemente colaborativo, embora fortemente condicionado por fatores econômicos, técnicos e estratégicos, tais como custos, qualidade e inovação. A tensão recorrente entre a pressão exercida pelas montadoras por reduções contínuas de custos e o esforço dos fabricantes de peças em preservar margens de lucratividade reflete de forma clara os desafios inerentes às relações comprador–fornecedor em ambientes industriais, corroborando achados anteriores sobre a dinâmica de poder e dependência em arranjos interorganizacionais (Farias & Gasparetto, 2016; Cooper & Slagmulder, 2004).

Dessa forma, a síntese dos resultados indica que a precificação na indústria de autopeças não pode ser compreendida apenas como uma decisão técnica, mas como um resultado negociado e institucionalizado, moldado simultaneamente por mecanismos colaborativos e pressões competitivas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa revelou uma dinâmica complexa e multifacetada nas relações interorganizacionais do setor de autopeças. A precificação emergiu como um processo colaborativo, mas influenciado por múltiplos fatores e tensões inerentes às relações comprador-fornecedor.

Essas observações alinham-se com a literatura existente sobre gestão de custos interorganizacionais e formação de preços, mas também revelam nuances específicas da indústria de autopeças. A pesquisa contribui para preencher uma lacuna na literatura, oferecendo uma análise detalhada das práticas e desafios enfrentados pelas empresas neste setor dinâmico e globalmente expressivo.

As implicações práticas deste estudo são significativas, sugerindo a necessidade de desenvolver estratégias mais robustas para equilibrar as relações de poder, promover uma colaboração mais efetiva e implementar modelos de precificação mais flexíveis e baseados em valor.

Em conclusão, este estudo fornece informações sobre as complexidades das relações interorganizacionais na indústria de autopeças, destacando tanto os desafios

quanto as oportunidades para melhorar a gestão de custos e as práticas de precificação. As observações apresentadas podem servir como base para o desenvolvimento de estratégias mais eficazes e colaborativas, promovendo a inovação e a sustentabilidade no setor automotivo como um todo.

Essas descobertas contribuem para preencher uma lacuna na literatura sobre a interação específica entre gestão de custos interorganizacionais e precificação na indústria de autopeças. O estudo fornece evidência empírica da aplicação e limitações das teorias de gestão de custos interorganizacionais no contexto específico da indústria automotiva, oferecendo uma base sólida para o desenvolvimento de estratégias mais eficazes para equilibrar relações de poder e promover colaboração mais efetiva no setor.

As conclusões e entendimentos sobre a necessidade de modelos de precificação mais flexíveis e baseados em valor na indústria de autopeças são particularmente relevantes para a prática gerencial. Essas contribuições oferecem uma compreensão aprofundada das dinâmicas interorganizacionais na indústria de autopeças, fornecendo uma base para futuras pesquisas e para o desenvolvimento de práticas gerenciais mais eficazes no setor.

Esta pesquisa, embora tenha fornecido entendimento sobre as práticas de gestão de custos interorganizacionais e precificação na indústria de autopeças, apresenta limitações que devem ser consideradas ao interpretar seus resultados.

Primeiramente, o estudo focou-se em um grupo específico, o Grupo Innovauto, o que pode limitar a generalização dos resultados para toda a indústria de autopeças. As práticas e dinâmicas observadas podem ser específicas desse grupo ou influenciadas por fatores únicos de sua cultura organizacional e posição no mercado.

Em segundo lugar, a metodologia baseada principalmente em entrevistas e análise documental está sujeita a potenciais vieses nas respostas dos entrevistados. Apesar dos esforços para garantir a objetividade, as percepções e experiências pessoais dos participantes podem ter influenciado suas respostas, potencialmente afetando a precisão dos dados coletados.

Outra limitação significativa é a ausência da perspectiva das montadoras na análise. Embora o estudo tenha se concentrado nas práticas e experiências dos fabricantes de autopeças, a inclusão do ponto de vista das montadoras poderia ter

proporcionado uma compreensão mais equilibrada e abrangente das relações interorganizacionais no setor.

O período de observação de três meses, embora substancial, pode não ter sido suficiente para capturar todas as diferenças e variações sazonais nas práticas de gestão de custos e precificação. Mudanças de longo prazo ou ciclos econômicos mais amplos podem não ter sido totalmente refletidos nos dados coletados.

Além disso, o estudo focou-se principalmente em aspectos econômicos e organizacionais, com menor ênfase em fatores tecnológicos ou regulatórios que podem influenciar as práticas de gestão de custos e precificação no setor.

Por fim, a natureza qualitativa do estudo, embora tenha permitido uma análise profunda das práticas e percepções, limita a quantificação precisa do impacto das práticas de gestão de custos interorganizacionais na precificação.

Essas limitações, embora não diminuam o valor das descobertas, sugerem oportunidades para pesquisas futuras que possam abordar esses aspectos e expandir ainda mais o conhecimento sobre as relações interorganizacionais e práticas de precificação na indústria de autopeças.

As descobertas desta pesquisa sobre a gestão de custos interorganizacionais e sua influência na formação de preços na indústria de autopeças têm implicações práticas e abrem caminhos para futuras investigações acadêmicas. Os resultados obtidos oferecem entendimentos que podem ser aplicados para aprimorar a gestão de custos interorganizacionais e subsidiar decisões estratégicas relacionadas à precificação e competitividade no setor de autopeças.

No âmbito prático, as empresas do setor podem se beneficiar do desenvolvimento de estratégias mais para equilibrar as relações de poder com as montadoras. Isso pode incluir a diversificação de clientes ou o investimento em competências técnicas que fortaleçam sua posição negocial. A implementação de sistemas mais sofisticados e seguros para o compartilhamento de informações pode promover maior transparência e confiança nas relações interorganizacionais, alinhando-se com práticas de *open-book accounting*.

As empresas também podem explorar modelos de precificação mais flexíveis e baseados em valor, que considerem não apenas os custos, mas também o valor agregado aos clientes. Isso pode ajudar a superar as limitações observadas na rigidez dos percentuais de lucro e na adaptação a diferentes contextos de mercado. O

fortalecimento das práticas de resolução conjunta de problemas, através do desenvolvimento de protocolos e estruturas formais para colaboração, pode melhorar a eficiência e a inovação no setor.

REFERÊNCIAS

- Agndal, H., & Nilsson, U. (2009). Interorganizational cost management in the exchange process. *Management Accounting Research*, 20(2), 85-101.
- Aguiar, A. B., Rezende, A. J., & Rocha, W. (2008). Uma análise da complementaridade entre gestão interorganizacional de custos e open-book accounting. *Base Revista de Administração e Contabilidade da UNISINOS*, 5(1), 66-76.
- Bain & Company. (2025). *Automotive profitability: How OEM and supplier margins are faring*. Recuperado de: <https://www.bain.com/insights/automotive-profitability-how-oem-and-supplier-margins-are-faring-interactive/>
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Bertucci, C. E. (2008). Custeio alvo na indústria brasileira de autopeças. (*Dissertação de Mestrado*) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP.
- Chenavaz, R. Y., & Dimitrov, S. (2025). Artificial intelligence and dynamic pricing: A systematic literature review. *Journal of Applied Economics*, 28(1), 2466140. <https://doi.org/10.1080/15140326.2025.2466140>
- Cooper, R., & Slagmulder, R. (2004). Interorganizational cost management and relational context. *Accounting, organizations and society*, 29(1), 1-26.
- Deloitte. (2023). *Global automotive supplier study*. Recuperado de: <https://www.deloitte.com/global/en/Industries/automotive/analysis/global-automotive-supplier-study.html>
- Denzin N. (2009). *The research act: a theoretical introduction to sociological methods* London: Routledge.
- Duarte, S. L., & Rocha, W. (2018, Novembro). A gestão de custos interorganizacionais e sua relação com a economia dos custos de transação no setor de cafeicultura brasileira. *Congresso Brasileiro de Custos-ABC*, Vitória, ES, 15.
- Faria, A. C. D., Soares, I. C., Rocha, W., & Rossi, G. B. (2013). The Adoption of Interorganizational cost Management in a Vehicle Assembly plant in the Greater Region of ABC. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 15, 617-638.

- Farias, R. A. S., & Gasparetto, V. (2019). Gestão de Custos Interorganizacionais: fatores inibidores em empresas do setor moveleiro do Distrito Federal. *ABCustos*, 14(2), 121-152.
- Fehr, L. C. A. (2015). Governança e gestão de custos em relações interorganizacionais: uma análise sob a perspectiva do open-book accounting. (Tese de Doutorado), Universidade de São Paulo, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, São Paulo, SP.
- Fortes, M. V. B., Agostini, L., Wegner, D., & Nosella, A. (2023). Paradoxes and tensions in interorganizational relationships: A systematic literature review. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(1), 35. <https://doi.org/10.3390/jrfm16010035>
- Hinterhuber, A., & Liozu, S. M. (2023). Pricing in business markets: Past research, current challenges, and future trends. *Journal of Business Research*, 164, 113993. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113993>
- Indounas, K. A. (2006). Making effective pricing decisions. *Business Horizons*, 49(5), 415–424. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2006.03.002>
- Kulmala, H., Paranko, J., & Uusi-Rauva, E. (2002). The role of cost management in network relationships. *International Journal of Production Economics*, 79(1), 33-43.
- Martins, G., & Theóphilo, C. R. (2016). *Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas* (3a ed.). São Paulo: Grupo Gen-Atlas.
- McKinsey & Company. (2025). *The future of aftermarket pricing: Unlocking value with AI*. Recuperado de: <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/the-future-of-aftermarket-pricing-unlocking-value-with-ai>
- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). (2023). *Setor Automotivo*. Recuperado de: <http://mdic.gov.br/index.php/comercio-exterior/exportacao/cotas-de-exportacao/105-assuntos/competitividade-industrial/2972-setor-automotivo>.
- Oliveira, W. S., Borges, W. G., Carvalho, L. F., & Santos, G. C. (2016). Gestão de Custos Interorganizacionais: uma pesquisa bibliométrica com base em publicações nacionais. *RAGC- Revista de Auditoria, Governança e Contabilidade*, 4(16), 62-74
- Pazetto, C. F. (2019). Influência dos sistemas de controle gerencial e da identificação interorganizacional na cooperação de empresas com seu parque tecnológico. (Dissertação de Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC.
- PwC. (2024). *Automotive cost reduction*. Recuperado de: <https://www.pwc.com/th/en/industries/automotive-cost-reduction.html>

- Reuer, J. J. (2024). Revisiting research on the governance of interorganizational relationships. *Management Science Reports, Advance online publication*, 1–13. <https://doi.org/10.1177/27550311241268690>
- S&P Global Mobility. (2025). *Automotive supply chain insights*. Recuperado de: <https://www.spglobal.com/automotive-insights/>
- Stout. (2025). *The effect of tariffs on the automotive industry*. Recuperado de: <https://www.stout.com/en/insights/commentary/effect-tariffs-automotive-industry>
- Williamson, O. E. (1981). The economics of organization: The transaction cost approach. *American Journal of Sociology*, 87(3), 548-577.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Yu, H., & Song, F. (2025). R&D and pricing strategies in the intelligent vehicle supply chain under cross-organizational cooperative models. *PLoS ONE*, 20(4), e0321903. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0321903>

Data de Submissão: 19/04/2025

Data de Aceite: 31/01/2025