

A INFLUÊNCIA DA RELAÇÃO ENTRE ATORES EXTERNOS E ATORES INTERNOS NAS PRÁTICAS ESTRATÉGICAS

JUNDI, Samuel Costa Jundi (Autor)
D'AVILA, Livia Castro D'Avila (Orientadora)
samueljundi@furg.br

Evento: 14ª Mostra da Produção Universitária – FURG
Área do Conhecimento: Administração

Palavras-chave: estratégia como prática, estrategistas, atores externos

1 INTRODUÇÃO

Ao olhar o panorama econômico do país podemos perceber a importância das micro e pequenas empresas (MPEs) na economia, pois sustentam grande parte do nosso Produto Interno Bruto. Na tentativa de entender como a direção estratégica dessas empresas são tomadas no dia a dia, este trabalho procurará estudar a relação de impacto que atores externos causam nas atividades práticas dos micro e pequenos gestores, responsáveis pelas decisões das MPEs, e conseqüentemente no desempenho das mesmas. É justificada a escolha do tema por ser pouco explorado, em trabalhos empíricos, no âmbito dos pequenos negócios.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Os atores externos não fazem parte da organização, porém tem grande influência sobre as questões estratégicas do ambiente empresarial. Podem ser caracterizados como: gurus do assunto, instituições de educação, instituições ambientalistas, mídias, governos, consultores, ou ainda, entidades de classe (JARZABKOWSKI, 2005; *et al.* 2007; JOHNSON *et al.* 2007; WHITTINGTON, 2003; 2006a). Cada qual influencia o tomador de decisões de um modo, seja com apoio técnico e profissional, modelos teóricos, projetos de lei, apelo social.

Os estrategistas são os administradores envolvidos no processo de tomada de decisão e pela construção de práticas no dia a dia da empresa (JARZABKOWSKI *et al.* 2007). Nas MPEs são geralmente os próprios donos do negócio. Assim, são eles quem realizam as atividades de formação, adaptação e execução das estratégias, atuando como condutores do trabalho estratégico (WHITTINGTON, 2006).

Essa atividade diária do gestor é denominada estratégia como prática. Ela é conceituada por Reckwitz (2002) como tipos de comportamentos rotinizados, que consistem em diversos elementos interconectados. Esses elementos seriam as atividades mentais dos estrategistas, ferramentas que utilizam, conhecimentos adquiridos. Ainda Jarzabkowski e Whittington (2008) afirmam que as práticas envolvem as rotinas, discursos, conceitos e tecnologias utilizadas pelo estrategista.

Neste trabalho pretende-se identificar a influência do relacionamento entre os atores externos e os estrategistas no desempenho das pequenas e médias empresas.

Mais precisamente, o quanto as práticas dos estrategistas são afetadas pela relação com atores externos, e que conseqüentemente alteram o desempenho da empresa.

3 MATERIAIS E MÉTODOS (ou PROCEDIMENTO METODOLÓGICO)

A metodologia será dividida em duas etapas. Na primeira será realizado um levantamento qualitativo, como opção exploratória, visando identificação dos construtos e a formulação de hipóteses (HAIR *et al.*, 2009). Na segunda etapa, uma abordagem descritiva quantitativa pretenderá medir características específicas, objetivando conhecer e interpretar a realidade (MALHOTRA, 2004). O objetivo aqui é descrever o setor onde estão inseridos os estrategistas e os atores externos no contexto das MPEs. A pesquisa será embasada nas bases de dados de entidades como o CDL-Rio Grande e SEBRAE-RS.

4 RESULTADOS ESPERADOS

Através deste estudo pretende-se melhor compreender as influências externas sobre a estratégia como prática no ambiente da pequena e média empresa. Assim, espera-se modelar a relação dos atores externos com os estrategistas e verificar se a interação entre estes impactar a prática diária da estratégia e o desempenho das MPEs. Detalhar esse relacionamento pode ser crucial, tanto para os estrategistas, que poderão guiar sua relação com atores externos para aperfeiçoar suas práticas, quanto para os próprios atores externos, que terão a medida da relevância de seu papel nos ambientes empresariais.

5 CONSIDERAÇÕES

Este projeto visa trazer um maior entendimento das influências que o relacionamento entre atores agregados para com os estrategistas. Ou seja, irá analisar o impacto nas práticas estratégicas, e a relação com a possível melhoria de desempenho da micro e pequena organização.

REFERÊNCIAS

HAIR, Joseph F.; ANDERSON, Rolph E.; TATHAM, Ronald L.; BLACK, William C. (2009) Análise multivariada de dados. Porto Alegre: Bookman.

JARZABKOWSKI, P.; SPEE, A. P. (2009). 'Strategy as practice: A review and future directions for the field'. *International Journal of Management Reviews*: 11.1: 69-95

JARZABKOWSKI, P.; WHITTINGTON, R. (2008). Hard to disagree, mostly. *Strategic Organization Studies*: 6.1: 101-106

MALHOTRA, Naresh K. (2004) Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada. 4. ed. São Paulo: Bookman: 724 p.

RECKWITZ, A. (2002). 'Towards a theory social practice: a development in cultural theorizing. *European Journal of Social Theory*: 5.2: 243-262