

Relacionamentos em estratégias coletivas empresariais

BRONDANI, Rocheli¹
VAZ, Fabiana Faria²
GOLLO, Silvana Saionara³
MARTURET, Florencia Lia⁴
GARROCHEN DE ARJOL, Alba Marina⁵
STORTI, Adriana Troczinski*

Este estudo trata dos relacionamentos em estratégias coletivas empresariais, que também podem ser denominados redes de cooperação empresariais, fusões, aquisições, projetos interorganizacionais. Este projeto institucional do edital PROPI n° 77/2018 – Fomento Interno 2019/2020 de Pesquisa e Inovação, do grupo de pesquisa em Estratégia Organizacional, Negócios Internacionais e Governança Corporativa, deu continuidade a um trabalho desenvolvido no ano anterior aprofundando as pesquisas e analisando as informações de maneira prática na realidade empresarial. Estes relacionamentos coletivos são os que proporcionam às pequenas e médias empresas fortalecimento frente às empresas maiores, visto que podem gerar conhecimentos e contribuir para a redução de custos. O objetivo deste estudo é construir um questionário baseado nos conceitos estudados, a fim de verificar se empresas utilizam de forma eficaz as estratégias coletivas empresariais. Nesta pesquisa levantaram-se características e metodologias empregadas e apresentadas na literatura nacional e internacional. Buscou-se conhecimento atual sobre o tema em artigos de maneira a destacar os principais itens que fazem parte deste tipo de relação para posterior análise da presença dos mesmos em nível local. Este estudo da arte buscou montar um banco de dados com periódicos classificados no Qualis como A1, A2, B1 e B2 sobre os relacionamentos coletivos. Após estudo e análise dos mesmos será elaborado um questionário para ser aplicado às empresas associadas à Unindústria de Erechim. Caso se encontre nos dados reais um distanciamento da literatura será sugerido ações/capacitações para as empresas. Até o momento o banco de dados da pesquisa conta com 32 artigos encontrados nas publicações das revistas no período de 2017 a 2019, os quais foram encontrados em grande parte em revistas Americanas que trazem esse assunto cada dia mais presente. Por meio deste estudo entende-se como são fundamentais as redes para se obterem ganhos que de maneira isolada não seriam possíveis e também servem como aprendizado para se desenvolverem melhores análises estratégicas dentro de cada empresa. Através das leituras percebe-se como a união de empresas diminui o risco das mesmas fracassarem. Observou-se que para atuar de maneira competitiva e lucrativa, as empresas que são tradicionalmente hierárquicas e fechadas precisam se tornar flexíveis e dinâmicas. Conclui-se que redes de cooperação são fundamentais para lidar melhor com os desafios da nova economia. Este mesmo questionário criado nesta pesquisa também poderá ser aplicado para redes compostas por empresas de outros ramos.

Palavras-chave: redes interorganizacionais; cooperação; colaboração; redes de empresas; comportamento em rede.

Modalidade: Pesquisa.

1 Tecnologia em Design de Moda, IFRS Erechim, rochelibrondani@hotmail.com

2 Tecnologia em Marketing, IFRS Erechim, fabi.fvaz@gmail.com

3 Docente da área de Gestão e Negócios, IFRS Erechim, silvana.gollo@erechim.ifrs.edu.br

4 Professora/Cursos Lic. Economía y Administración, Facultad Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Misiones, Argentina, flmarturet@gmail.com

5 Professora/Cursos Lic. Economía y Administración, Facultad Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Misiones, Argentina, mgarjol@gmail.com

* Docente da área de Gestão e Negócios, IFRS Erechim, adriana.storti@erechim.ifrs.edu.br