

LING; Bianca Patricia Gandini¹, TELHA; Rafael Pereira², ALVES; Fábio Roland O.³

RESUMO

Para que uma empresa se posicione competitivamente faz-se necessário ter um bom planejamento estratégico, ou seja, utilizar métodos e ter uma visão baseada em recursos, com investimentos que envolvam todos os setores corporativos. Para tanto, essa firma precisa antecipar a busca por recursos que favoreçam essa ação e garanta o domínio de mercado. Diferenças dentro dessa empresa favorecem a vantagem sobre a concorrência direta, até mais do que os fatores externos. Entende-se essa estrutura organizacional como a teoria de Barney (1991), a Visão Baseada em Recursos (RBV) que aponta a necessidade de um estudo interno, um indicador que sustenta que a vantagem competitiva tem relação direta com as diferenças entre setores de um mesmo segmento. Essa abordagem possibilita a empresa diagnosticar seus limites e corrigi-los na busca por benefícios; evidencia a importância desses métodos estratégicos e a lucratividade para a entidade. Portanto, deduz-se que a instituição que almeja aumentar seu poder de posicionamento e competitividade baseada nessa teoria terá de investir pesado em ferramentas imateriais como colaboradores; inovações (conceitos, produtos e serviços), organização e trato com os consumidores. Mas há um ponto relevante e questionável em relação a essa abordagem, pois não se destacam os riscos e incertezas que envolvem essa prática. Utilizar integralmente estratégias nessa perspectiva não garante sucesso, mas direciona o caminho. Nessa lacuna, surge um novo conceito baseado nas capacidades dinâmicas das empresas e na necessidade de se adequarem a novas exigências do mercado, ou seja, como essas instituições podem tirar vantagens e proveito em meio ao dinamismo empresarial. Segundo a teoria de Teece & Pisano (1994), quanto maiores forem as mudanças externas, maiores serão as capacidades das empresas de se desenvolverem e se adequarem a esses ambientes. E outros estudos apontam como fator relevante a habilidade de algumas instituições em desenvolver novos recursos mais rápidos que as concorrentes através do reconhecimento de métodos de valor. (Collis, 1994; Teece, 2007). Portanto, percebe-se a abordagem principal dessas teorias está centrada na capacidade de uma empresa se adequar as mudanças e exigências do mercado como pressuposto e garantia de sucesso.

PALAVRAS-CHAVE: Recursos, visão, investimento, planejamento estratégico

¹ UNIGRARIO - PPGA, biagandini1@gmail.com

² UNIGRARIO - PPGA, rafaeldocm@hotmail.com

³ UNIGRARIO - PPGA, fabio.roland@yahoo.com.br