

I Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

12 a 14 de setembro de 2017- Naviraí-MS



ESTRATÉGIA E EMPREENDEDORISMO PARA A VANTAGEM COMPETITIVA: estudo de caso em uma empresa do ramo imobiliário da cidade de Naviraí-MS

Alex dos Santos Paula
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) – Câmpus de Naviraí
alex.torinha@hotmail.com

Poliana Fernanda Schiavi
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) – Câmpus de Naviraí
polischiave@hotmail.com

Jaiane Aparecida Pereira
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) – Câmpus de Naviraí
Universidade Estadual de Maringá (UEM)
jaiane.pereira@ufms.br

Eixo Temático: Gestão de organizações públicas, privadas e do terceiro setor

O estudo sobre o planejamento estratégico e sobre empreendedorismo tem muita relevância no âmbito dos estudos na área da administração no Brasil. No que concerne à estratégia, em virtude do alto grau de complexidade do ambiente organizacional, torna-se necessário compreender a relação do ambiente externo e interno da empresa (PORTER, 2004), bem como os interesses envolvidos (LEITE-DA-SILVA, 2007). Por outro lado, o empreendedorismo se figura como uma alternativa cada vez mais atrativa aos brasileiros (PEREIRA; SOUZA, 2017). Ambos os temas podem ser abordados de forma conjunta, pois os empreendedores precisam de estratégias para se manter competitivos, principalmente quando o ramo de atuação é altamente competitivo, como o ramo imobiliário. Nesse caso, o desenvolvimento de estratégias é necessário para posicionar a empresa frente aos seus concorrentes.

Para evidenciar a importância da estratégia para o empreendedor, optou-se por realizar um estudo de caso qualitativo (GODOY, 2006) em uma empresa do ramo imobiliário com negócios em diversos municípios do estado de Mato Grosso do Sul, como Naviraí, Itaquiraí, Juti, Caarapó, Dourados e Bonito. O caso em questão é uma empresa familiar, com quadro societário formado por três irmãos, sendo fundada em setembro de 2016. Nesse caso, observa-se forte influência dos empreendedores no desenvolvimento das atividades da empresa. Diante desse panorama, o objetivo do presente trabalho é investigar quais as estratégias utilizadas pelo empreendedor para atuar nesse mercado.

A estratégia é aqui entendida como relacionada à escola empreendedora proposta por Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2000), na qual a formação da estratégia é vista como um processo visionário. Neste caso, acredita-se que a visão do líder é importante no sentido de aproveitar as oportunidades do ambiente. O líder, com sua experiência, é o responsável pelo desenvolvimento do plano estratégico e os colaboradores tem acesso a estratégia a ser adotada e implementada por meio dele (MINTZBERG; AHLSTRAND; LAMPEL, 2000). De acordo com os autores esse conceito pode ser aplicado em empresas mais novas, como é o caso da empresa em questão.

Apesar de formalizar a empresa em 2016, a família já atua no setor imobiliário desde 1967, o que proporcionou bastante experiência aos empreendedores. Em entrevista com o líder da organização, pode-se constatar que o negócio da empresa é adquirir imóveis para revender ou alugar. O maior investimento está no segmento comercial, com cerca de 70% dos imóveis da empresa, 20% dos investimentos são em imóveis rurais e apenas 10% dos imóveis são de imóveis residenciais. O empreendedor geralmente aposta nos empreendimentos comerciais devido à dois motivos: ao negociar com outras empresas a inadimplência é baixa; e para fomentar o empreendedorismo de seus inquilinos.

Com relação as estratégias utilizadas, o empreendedor revela adotar diversas estratégias para se manter competitivo junto ao mercado imobiliário, dentre elas: buscar imóveis com localização privilegiada, sempre em áreas centrais dos municípios e em pontos de grande visibilidade da população; na aquisição, onde o empreendedor analisa as condições do imóvel in loco, principalmente a fundação e observa a circunvizinhança, com vistas a propensão de valorização futura; e compras de ocasião, aproveitando oportunidades quando o imóvel apresenta preço abaixo do mercado.

A partir das estratégias desenvolvidas, pode-se observar que a vantagem competitiva da empresa está baseada na experiência adquirida pela família no ramo imobiliário. O líder teve forte influência do pai, que também era empreendedor. Além disso, a grande rede de relacionamentos da família e dos empreendedores, auxilia na aquisição dos imóveis, pois são fontes de informação privilegiada, antes mesmo do concorrente saber do imóvel. Essas constatações corroboram estudo desenvolvido por Pereira e Fabrício (2016), que destacou a importância da experiência e do conhecimento prévio, das redes sociais e do apoio da família para identificação e exploração de oportunidades e para a criação de empresa. No escopo desta pesquisa, nota-se também que esses elementos são importantes para o desenvolvimento da empresa e para a manutenção de vantagem competitiva.

Por fim, reitera-se que a estratégia da empresa está na forma de aquisição de seus imóveis, comprando em regiões de grande desenvolvimento econômico, optando por empreendimentos comerciais e diversificando sua carteira de ativos no segmento residencial e rural. Destaca-se, porém, que para operacionalizar a estratégia da empresa, é necessária uma grande capacidade de investimento, o que favorece a vantagem competitiva da empresa e pode ser vislumbrada como uma barreira para a concorrência.

REFERÊNCIAS

- GODOY, A. S. Estudo de caso qualitativo. In: GODOI, C.K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. (Org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais**. São Paulo: Saraiva, p. 115-146, 2006.
- LEITE-DA-SILVA, A. R. As Práticas Sociais e o “Fazer Estratégia”: um estudo dos comerciantes de hortifrúctolas no mercado da Vila Rubim, 2007. 301 f. **Tese** (Doutorado em Administração) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2007.
- MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safari de Estratégia**: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- PEREIRA, J. A.; FABRÍCIO, J. S. A importância da experiência e do conhecimento prévio na identificação e exploração de oportunidades no contexto do empreendedorismo por mulheres: o caso da Fábrica de Unhas. **Revista Eletrônica Científica do CRA-PR**, v. 3, n. 1, p. 26-43, 2016.
- PEREIRA, J. A.; SOUZA, L. H. Empreendedorismo e Microcrédito Produtivo Orientado: um estudo sobre o Programa Crescer. **Revista Gestão e Planejamento**. v. 18, p. 119-139, jan./dez. 2017.
- PORTER, M. **Estratégia Competitiva**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.