

Novas evidências na relação **ambiente organizacional, comportamento estratégico e desempenho**: um estudo multi-caso em **agências de viagens** da grande Florianópolis (Santa Catarina, Brasil)

CARLOS RICARDO ROSSETTO * [rossetto@univali.br]

ADRIANA MARQUES ROSSETTO ** [amarquesrossetto@gmail.com]

MIGUEL ANGEL VERDINELLI *** [maverdinelli@gmail.com]

CARLOS EDUARDO CARVALHO **** [cec.unc@hotmail.com]

Resumo | Este estudo comparou a relação entre ambiente organizacional, comportamento estratégico e desempenho em agências de viagens localizadas na grande Florianópolis (Santa Catarina/SC) – Brasil, a partir da percepção dos seus gestores. Optou-se por uma abordagem quantitativa e por uma estratégia de pesquisa na aplicação de inquéritos por questionário utilizando métodos exploratórios multivariados. Como dimensões de análise do ambiente, recorreu-se à tipologia simples-complexo ou estático-dinâmico de Duncan (1972), a partir do número de fatores (frequência) e do grau de variação destes (intensidade). Para tipificar o comportamento, utilizou-se a tipologia de Miles e Snow (1978). O ambiente dinâmico-complexo foi o mais percebido pelos gestores, bem como a frequência dos fatores “legislação” e “tecnologia”, e a intensidade de mudanças do fator “economia”. A variável de controle “escolaridade” foi relacionada com a intensidade das mudanças, e a “idade” com a frequência das mudanças. Os gestores das agências de viagens adotam, predominantemente, os comportamentos prospector e defensivo, embora gestores com maior idade adotem comportamentos analíticos. Os que percebem elevada frequência de mudanças, tendam a adotar comportamentos defensivos e o desempenho relaciona-se com o comportamento reativo. A relevância deste estudo reside no fato de este em trazer novas evidências ao entendimento de como as organizações interpretam o ambiente e se comportam em seus setores de atuação.

Palavras-chave | Ambiente organizacional, Comportamento estratégico, Desempenho, Agências de viagens, Setor turístico.

* **Doutor em Engenharia de Produção** pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC/SC-Brasil), **Coordenador e Professor** do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI/SC-Brasil).

** **Doutora em Engenharia de Produção** pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC/SC-Brasil), **Professora** do Programa de Pós-Graduação em História, Urbanismo e Arquitetura das Cidades da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC/S-Brasil).

*** **Doutor em Oceanografia** pela Universidade de São Paulo (USP/SP-Brasil), **Professor** do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI/SC-Brasil).

**** **Doutor em Administração** pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI/SC-Brasil), **Vice-Reitor** de Administração e Planejamento (UnC/SC-Brasil).

Abstract | This study compared the relationship between organizational environment, strategic behaviour and performance in travel agencies located in Florianópolis (Santa Catarina/SC) – Brazil, from the perception of their managers. A quantitative approach, based on a survey research strategy, using multivariate exploratory methods was used. As environment analysis dimensions, the model of complex-simple or static-dynamic by Duncan (1972) was applied, deriving from the number of factors (frequency) and their degree of variation (intensity). To typify behaviour, the theory of Miles and Snow (1978) was also used.

The complex-dynamic environment was the most perceived by managers, as well as the frequency of factor such “legislation” and “technology” and the intensity changes of the factor “economics”. The control variable “level of education” was associated with the intensity of the changes, and the variable “age” with the frequency of the changes. Predominantly, managers of travel agencies adopt prospector and defensive behaviours, although older managers adopt analytical behaviours. Those who perceived high frequency of changes tend to adopt defensive behaviours and the performance is related to the reactive behaviour. The relevance of this work consists in bringing new evidences to the understanding of how organizations interpret the environment and behave in their sectors of economic activity.

Keywords | Organizational environment, Strategic behaviour, Performance, Travel agencies, Tourism sector.