

A relação entre a **munificência ambiental** e o **comportamento estratégico**: Um estudo setorial em **agências de viagens** de Florianópolis e de Balneário Camboriú/SC

LINEU MUNIZ FILHO * [lineumuniz@gmail.com]

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

CARLOS RICARDO ROSSETTO *** [rossetto@univai.br]

Resumo | Esta pesquisa teve por objetivo analisar a relação entre a munificência ambiental e o comportamento estratégico na percepção dos gestores de agências de viagens nos dois principais destinos turísticos do Estado de Santa Catarina/BR. Para a determinação da munificência ambiental aborda-se a teoria de Castrogiovanni (1991) e para o comportamento estratégico usa-se a tipologia de Miles e Snow (1978). O estudo teve um caráter exploratório-descritivo, sendo desenvolvido através de uma inquérito, com abordagem quantitativa. Os comportamentos estratégicos das agências foram atribuídos usando três modos diferentes e os resultados, calculados com as médias dos três modos, indicam que 26,15% das empresas têm um comportamento analista; 27,69% defensivo; 28,21% prospector; e 17,95% reativo. As ANOVAs realizadas para a munificência, com o comportamento como preditor, foram significativas para as dimensões "crescimento e declínio" e "oportunidade e ameaça" segundo o modelo de Conant *et al.* (1990). Mas quando se analisou a munificência "oportunidade e ameaça" segundo o modelo de Verdinelli e Escobar (2011), obteve-se uma forte significância. Na análise das somas das médias da munificência geral predominante, a "oportunidade e ameaça" obteve a maior média, o menor desvio padrão e a menor variância.

Palavras-chave | Munificência, Comportamento Estratégico, Agências de Viagens.

Abstract | This research aimed to analyse the relationship between environmental munificence and strategic behaviour in the perception of managers of travel agencies in the two main tourist destinations in the State of Santa Catarina/BR. For the determination of environmental munificence the theory of Castrogiovanni (1991) was discussed and for strategic behaviour we use the typology of Miles and Snow (1978). The study was exploratory and descriptive, being developed through the application of a survey based on a quantitative approach. The strategic behaviour of the travel agents was assigned using three different ways and the results were calculated as averages of these three methods, indicating that

* **Mestre em Administração** pela UNIVALI, **Professor** da Graduação em Administração da UNIVALI e **Consultor** Empresarial.

** **Doutor em Ciências** pela USP, **Professor** do Mestrado em Turismo e Hotelaria e do **Doutorado em Administração e Turismo** da UNIVALI.

*** **Doutor em Engenharia de Produção** pela UFSC, **Coordenador** e **Professor** do Programa de Mestrado em Turismo e Hotelaria e do Doutorado em Administração e Turismo da UNIVALI.

26.15% of the companies have an analyst behaviour, 27.69% defensive, 28.21% prospector, and 17,95% relative behaviour. The ANOVAs performed for the munificence with behaviour as a predictor, were significant for the dimension "growth and decline" and "opportunity and threat" according to the model of Conant *et al.* (1990). But when the munificence "opportunity and threat" was analysed according to the model of Verdinelli and Escobar (2011) a strong significance was verified. In the analysis of the sums of the means of the prevalent overall munificence, "opportunity and threat" registered the highest mean, the lowest standard deviation and the lowest variance.

Keywords | Munificence, Strategic Behaviours, Travel Agencies.