

ESTRATÉGIAS DE EMPRESAS FAMILIARES DE PEQUENO PORTE

CASTIJO, ¹Andressa Rosa (autora) – UNIFEV – Centro Universitário de Votuporanga

CORRÊA, Dalila Alves (autora) – UNIFEV – Centro Universitário de Votuporanga

GASTALDON, Osvaldo (orientador) – UNIFEV – Centro Universitário de Votuporanga

A empresa familiar é uma organização complexa devido à existência de duas instituições num único ambiente: a família e a empresa, o que gera desafios característicos nessas organizações, como o planejamento estratégico, gestão de conflitos familiares, a profissionalização e a sucessão. Além disso, essas empresas encontram muitas dificuldades na continuidade das suas atividades. Contudo, as organizações familiares são muito importantes para o desenvolvimento econômico local, regional e nacional, no entanto, são ainda pouco pesquisadas. Dessa forma, o objetivo desse trabalho é evidenciar através de cinco empresas familiares de pequeno porte da cidade de Fernandópolis, as características estratégicas, condução das atividades de gestão e perfil de tomada de decisão. Os resultados da pesquisa evidenciam que as empresas analisadas possuem formas próprias de gerenciamento, e isso se deve basicamente ao conhecimento, personalidade e experiência do gestor. A administração está mais voltada para a condução das vendas, movida pelos impulsos do dia a dia, sem uma devida atenção para os processos estratégicos e de planejamento. Diante desse cenário, os gestores enfrentam diversos problemas com a falta de informação atualizada sobre o mercado, controles internos ineficientes, falta de planejamento de transferência de poder e sistemas gerenciais inadequados para a tomada de decisão.

Palavras-chave: Empresa familiar; Estratégia; Tomada de decisão.

REFERÊNCIAS:

LODI, João Bosco. **A empresa familiar**. São Paulo: Pioneira, 1978.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Tradução: Elizabeth Maria de Pinho Braga. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

PRAHALAD, C. K. Em busca do novo. **HSM Management**, São Paulo, n. 7, mar./abr. 1998.