



O ESPAÇO RELACIONAL DE ALIANÇAS ESTRATÉGICAS ENTRE UNIVERSIDADE E EMPRESAS DO AGRONEGÓCIO

CARDIAS, Karen Aline Franco¹; DROPPA, Danielly Streinbrenner²; ALVES, Juliano Nunes³

Palavras-Chave: Processos. Redes. Tempo. Espaço.

Introdução

As relações comerciais e as redes constituem uma via de pesquisa tanto no âmbito do das alianças estratégicas como na pesquisa atual sobre geografia econômica. A interação entre empresas é um processo-chave através do qual as empresas relacionam suas atividades e recursos entre si, formando redes de relacionamentos de negócios interligados e aplicados no desenvolvimento de inovações e de melhorias nos processos produtivos agrícola. Essas interações são realizadas em uma área experimental a qual foi criada pela Universidade de Cruz Alta conforme Resolução nº 01/2015 – de 12 de agosto de 2015, com o objetivo de proporcionar a realização de experimentos de pesquisa no setor agrícola. A área experimental é composta por 69,5ha (sessenta e nove e meio hectares), destinado exclusivamente para as atividades de ensino, pesquisa e extensão.

Na geografia econômica, as dimensões do tempo e do espaço diferenciam uma rede de negócios virtual e geográfica, bem como social e culturalmente (Dicken *et al.*, 2001; Yeung; Coe, 2014). A superação de distâncias espaciais e outras em troca requer tempo, e o posicionamento espacial dos atores ocorre em relação ao tempo e ao tempo das ações do negócio.

Portanto, torna-se relevante e importante pesquisar, esclarecer e aprofundar o conceito de espaço em redes de negócios. Törnroos; Halinen; Medlin (2017) postulam que o espaço, e o tempo, devem ser vistos como uma dimensão humana multifacetada da mudança social (ver Andersson & Mattsson, 2010), e que o espaço não pode ser facilmente capturado com uma ou mesmo algumas perspectivas ou variáveis escolhidas.

¹ Graduanda em Bacharel Administração pela Universidade de Cruz Alta- Unicruz - E-mail: cardiask@gmail.com - Bolsista de Iniciação Científica – Projeto Pibic CNPQ

² Bolsista de Iniciação Científica – Projeto Pibic CNPQ

³ Doutor em Administração - Universidade Federal de Santa Maria – Professor Curso Administração – Unicruz - E-mail: jualves@unicruz.edu.br



No presente estudo o objetivo é apresentar um framework para análise do espaço de relacionamentos existente em uma área experimental do setor agrícola de uma Universidade e com o modelo proposto por Törnroos; Halinen; Medlin (2017), lançar luz sobre como conceitos espaciais podem ser usados como estruturas relevantes e perspectivas para estudar redes interativas no setor agrícola.

A estrutura do resumo expandido é a seguinte. Primeiro, foi brevemente revisada a literatura da rede e alianças estratégicas sobre como o espaço é concebido e estudado como parte da interação e das redes de negócios. Em segundo lugar, revisado a literatura sobre as contribuições conceituais que a geografia econômica pode oferecer à abordagem da rede estratégica. Em terceiro lugar, apresenta-se o modelo proposto por Törnroos; Halinen; Medlin (2017), para analisar espaço de rede que compreendendo as principais dimensões espaciais das redes de negócios.

Metodologia ou material e métodos

A metodologia do presente estudo foi à realização de uma pesquisa qualitativa de natureza descritiva baseada em análise de conteúdo do modelo proposto por Törnroos; Halinen; Medlin (2017) e de outros estudos relacionados ao tema redes, bem como a visita e entendimento das ações e do funcionamento da área experimental caso proposto. Nesse sentido as categorias se mantiveram as mesmas sendo adaptadas a forma de realização da abordagem por ser um fenômeno específico em seus fins e objetivos.

Resultados e discussões

Nesta seção, apresenta-se o framework (Figura 1), em especial as quatro dimensões espaciais propostas por Törnroos; Halinen; Medlin (2017), onde os três primeiros descrevem diferentes pontos de vista para examinar dimensões específicas do espaço em um ponto no tempo. E sobre a possibilidade de analisar individualmente, os autores consideram impossível em relações dinâmicas pelo fato de que em interações os comportamentos não podem ser totalmente estáticos e o processo de desenvolvimento é dinâmico e muda conforme os eventos e situações que acontecem ao longo do tempo (ALVES, 2017).

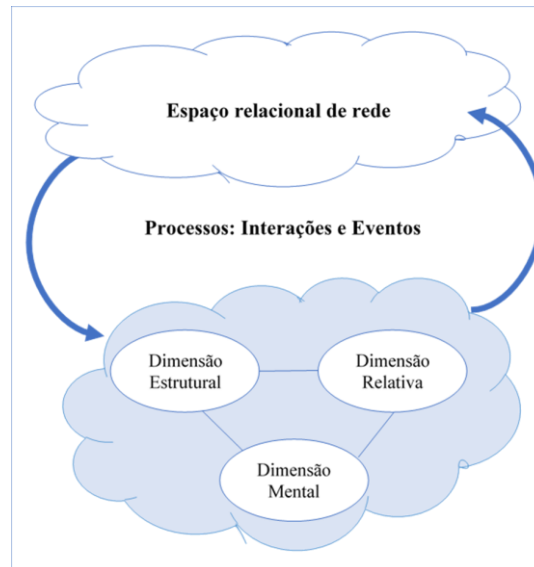


Figura 1: Modelo para análise Espaço de Rede

Fonte: Törnroos, Halinen e Medlin (2017).

As três primeiras dimensões do espaço, conforme Törnroos; Halinen; Medlin (2017) são relevantes para a pesquisa de redes de negócios e igualmente em uma rede como a proposta: 1) a dimensão de estrutural de rede que inclui os nós, links, laços e ligações que formam uma configuração de rede conectada no espaço geográfico. 2) A dimensão mental de rede que define o espaço cognitivo na forma de mapas de rede ou "imagens" e 3) A dimensão relativa da rede, a qual é definida como as posições comparativas e relativas dos atores corporativos no espaço de rede onde eles são incorporados. E por fim a 4) espaço relacional que compreende interações e estratégias de negócios que criam novos espaços de rede, alterando os antigos nós e vínculos, posições e papéis entre os atores ao longo do tempo e constituindo as três primeiras dimensões do espaço.

Essa dimensão espaço relacional, fornece uma visão dinâmica sobre o espaço e este como sendo socialmente produzido, reproduzido e mudando ao longo do tempo. Assim, o conceito de espaço torna-se essencialmente multidimensional e que integra as três dimensões demonstradas na Figura 1 e que interfere e é interferida em uma relação dinâmica.

Considerações finais ou conclusão

Em suma, na pesquisa em redes de negócios, a dimensão espacial relacional não foi até agora colocada em destaque. Ele entra em jogo quando os atores interagem e se relacionam



entre si através de seus investimentos ou relacionamentos anteriores e em conjunto com as posições estruturais, geográficas e estratégicas relativas na rede.

Cada ator também tem uma perspectiva mental sobre a rede que emergiu através de processos sociais e direciona estratégias. O tempo e a mudança estão inerentemente presentes no espaço da rede relacional, em comparação com os espaços estruturais, mentais ou relativos da rede, que se mostram de forma específica como resultado de processos sócio espaciais.

Referências

ALVES, J. N. **O processo de desenvolvimento das redes interorganizacionais**. 2017. 239f. Tese (Doutorado em Administração) Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria: UFSM, 2017.

ANDERSSON, P.; MATTSSON, L.-G. Temporality of resource adjustments in business networks during severe economic recession. **Industrial Marketing Management**, v. 39, n. 6, p. 917-924, 2010.

DICKEN, P.; KELLY, P.; OLDS, K.; YEUNG, H. W.-C. Chains and networks, territories and scales: Towards an analytical framework for the global economy. **Global Networks**, v. 1, n. 2, p. 89–112, 2001.

TÖRNROOS, J.; HALINEN, A.; MEDLIN, C. J. Dimensions of space in business network research. **Industrial Marketing Management**, v. 61, p. 10-19, 2017.

YEUNG, H. W.; COE, N. M. Toward a dynamic theory of global production networks. **Economic Geography**, v. 91, n. 1, p. 29-58, 2015.