

Respostas de Empresas a Pressões Consumeristas em Relação a seus Produtos e Serviços: Um Estudo de Caso sobre a relação entre instituições consumeristas e uma empresa multinacional no Brasil

ANNE BAHIEH ZHOUL

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO (PUC-RIO)

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (Capes) - Código de Financiamento 001

Respostas de Empresas a Pressões Consumeristas em Relação a seus Produtos e Serviços: Um Estudo de Caso sobre a relação entre instituições consumeristas e uma empresa multinacional no Brasil

Introdução

O consumerismo visa equilibrar a relação assimétrica entre compradores e vendedores. De aspectos utilitários dos produtos e serviços, o movimento expandiu para questões morais como consumo ético, provocando mudanças na relação consumidores-empresas. Hoje em dia, a atuação dos Estados não é suficiente para fazer frente aos desafios sociais, há expectativa da sociedade para que empresas cumpram este papel. Apesar do crescente comprometimento das empresas de serem mais atuantes na sociedade, a literatura sobre consumerismo pouco atenta para este esforço, deixando uma lacuna a ser preenchida.

Problema de Pesquisa e Objetivo

O estudo tem como objetivo analisar como uma empresa se relaciona com 2 instituições consumeristas, Akatu e Alana e o que motiva a empresa a reagir e responder a pressões exercidas por estas instituições. Este estudo espera proporcionar mais conhecimento sobre o movimento consumerista no Brasil a partir de duas óticas. Primeiro, ao trazer um olhar inovador sobre consumerismo ao abordar o fenômeno sob o ponto de vista da relação empresas-instituições consumeristas. Segundo, com o uso da Teoria Neo Institucional como uma lente para mais bem compreender a relação entre esses stakeholders.

Fundamentação Teórica

Os conceitos de campo organizacional, pressões institucionais e respostas organizacionais, baseados na Teoria Neo Institucional formam o frame teórico que suportará o estudo empírico para avaliar a proposição de que as empresas se relacionam com as organizações consumeristas em busca de legitimidade e podem responder de diversas formas às pressões exercidas por estas organizações.

Metodologia

O estudo de caso é o método escolhido, pelo fato de ser uma estratégia de pesquisa que foca em entender as dinâmicas presentes em um contexto específico. O desenho do projeto consiste na análise da relação de uma empresa, Hungry, multinacional do setor de alimentos, com 2 instituições consumeristas, Akatu e Alana. Os dados primários foram obtidos por meio de 5 entrevistas em profundidade com líderes das 3 organizações, e foram coletados também dados secundários em documentos das organizações e sites de imprensa. Os dados foram analisados pelo método de análise de conteúdo clássica.

Análise dos Resultados

A análise dos dados traça o histórico das instituições consumeristas estudadas. Em seguida, faz-se uma análise da Hungry de acordo com os atributos definidos no modelo de Greenwood et al.: Posição no Campo, Estrutura, Propriedade e Governança e Identidade. A partir daí, é feita uma análise das relações entre a Hungry e as duas instituições e ao final, é identificado o papel chave de dois atributos para a resposta da Hungry às pressões do Akatu e Alana.

Conclusão

O presente estudo de caso demonstrou que uma mesma empresa, conforme a influência de sua identidade e da força de suas comunidades intra organizacionais, pode reagir de maneiras distintas a pressões institucionais: com relação ao instituto Akatu, a empresa reage proativamente, impulsionada pela alta aderência da área responsável à causa. Já com relação ao instituto Alana, a empresa justifica sua atitude de resistência como uma defesa da sua identidade.

Referências Bibliográficas

BLOOM, BRINT, S.; KARABEL, J., CARUANA, R.; CHATZIDAKIS, A.; DAY, G.; AAKER, D. DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. GOODRICK, E.; SALANCIK, G. R., GREENWOOD, R. et al., GREENWOOD, R.; HININGS, C. R., HEMAIS, M. W., HILTON, M. HOFFMAN, A. J. KOTLER, P. KRAATZ, M. S.; BLOCK, E. S. LANG, T.; GABRIEL, Y, LICHTLÉ, M. C. et al., MAYER, R., MEYER, J. W.; ROWAN, B., NABEC,

L. et al. , OLIVER, C ;PACHE, A.-C., SANTOS, F , PALAZZO, G.; SCHERER, A. G. , REAY, T.; HININGS,
C. R., RYNGELBLUM, A. L.; VIANNA, N.SCOTT, W. R., YIN, R. K.