

Conceito de estratégia dos acadêmicos dos cursos de administração e ciências contábeis de uma IES maranhense

IARA JAÍNE RAMBO
KAIQUE TRINDADE PIRES
THIAGO BRUNO DE JESUS SILVA
LUÍS ANTONIO LAY
ALLISON MANOEL DE SOUSA

RESUMO

O estudo objetivou identificar qual conceito que melhor define estratégia percebida pelos acadêmicos de administração e ciências contábeis. Para tanto, fez-se o uso de um questionário, com perguntas fechadas, aos acadêmicos dos cursos de graduação em administração e ciências contábeis de uma instituição de ensino superior do Maranhão. Os dados foram analisados por intermédio da estatística descritiva e multivariada. Como achados do estudo, para os discentes de administração, os conceitos mais associados ao termo estratégia foram: responsabilidade da alta gestão da empresa e fruto de suas decisões; um meio da empresa atingir o sucesso, e; depende das vantagens competitivas da empresa. Já para os discentes de ciências contábeis os conceitos mais associados ao termo estratégia foram: o modo de como a empresa deve estar no mercado e se relacionar com o seu ambiente externo; responsabilidade da alta gestão da empresa e fruto de suas decisões, e; fundamenta-se na coleta e análise das informações da empresa e todos os envolvidos por ela. Diante desse contexto, é possível afirmar que alguns conceitos ainda não demonstram ser claramente definidos como sendo um influenciador na formulação da estratégia organizacional para os estudantes. Também, a dificuldade em traduzir os conceitos que podem ter sido ensinados em sala de aula poderá resultar em dificuldade práticas na elaboração de planos e gestão de estratégias organizacionais. Desta forma, no âmbito acadêmico e social, o estudo contribui em apontar o conhecimento estratégico dos acadêmicos, ao buscar identificar a percepção que os discentes levam para sua prática profissional.

Palavras – chave: Administração. Ciências Contábeis Estratégia. Percepção de Conceitos de Estratégia.

Área Temática: Educação contábil ou áreas afins

1.INTRODUÇÃO

Para Mainardes, Ferreira e Raposo (2014), o conceito de estratégia, mesmo não perdendo a sua raiz semântica, que teve origem do campo militar, foi inserido na gestão administrativa das organizações com diversos significados. Os vários conceitos de estratégia não convergem para um modelo prático único. Neste sentido, para Ketchen, Boyd e Bergh (2008), embora seja um dos mais ensinados e estudados, seus termos são fragmentados e não há uma identidade coerente. A quantidade de literatura desenvolvida sobre o conceito teve como consequência em uma diversidade de conceito para a palavra.

Nessas condições, vários autores, como Nadler e Tushman (1992), Sauerbronn e Faria (2011), Macedo, Boava e Antonialli (2012), Mainardes, Ferreira e Raposo (2014) e Bragança, Mainardes e Laurett (2015) sugeriram a necessidade de realização de investigações sobre a compreensão do conceito de estratégia.

Contudo, a indicação de Mainardes, Alves e Raposo (2011) foram efetivados pelas investigações de Bragança (2013) e Bragança, Mainardes e Laurett (2015) que buscaram identificar, a partir dos doze conceitos de estratégias, qual é mais percebido pelos discentes da graduação em administração e o que melhor define estratégia. Os resultados indicaram não haver um consenso entre os discentes sobre os conceitos de estratégias, fazendo com que utilize na prática o conceito de estratégia conforme sua interpretação e percepção. Ainda segundo os referidos autores, há necessidade de estudos que observam os conceitos de estratégias em diferentes contextos.

Nessa esteira, seguindo a investigação do Mainardes, Alves e Raposo (2011), Bragança (2013), Mainardes, Ferreira e Raposo (2014), Bragança, Mainardes e Laurett (2015) a proposta do presente estudo é adentrar aos conhecimentos de estratégias compreendidos pelos acadêmicos de Administração e Ciências Contábeis por meio de um estudo comparativo.

Desta forma, levantou-se a seguinte questão de pesquisa: **qual conceito é percebido pelos acadêmicos de Administração e Ciências Contábeis como sendo o que melhor define estratégia?** O objetivo do estudo foi identificar qual conceito de estratégia é mais percebido pelos acadêmicos de Administração e Ciências Contábeis como sendo o que melhor define estratégia.

Espera-se que os resultados possam contribuir para o esclarecimento do conceito de estratégia aos futuros profissionais da administração e contabilidade, visto que ocupam relevante papel ao subsidiar o processo de decisão com informações inerentes a saúde financeira da organização, tão necessária para definição das estratégias que assegurem a permanência das organizações no mercado. Neste íterim, as organizações necessitam de profissionais de contabilidade que compreendam o dinamismo organizacional, tendo pouco espaço para aqueles com conhecimentos apenas técnicos.

Desta forma, no âmbito acadêmico e social, o estudo contribui em apontar o conhecimento estratégico dos acadêmicos, ao buscar identificar a percepção que os discentes levam para sua prática profissional. A estrutura do estudo compreende a introdução, referencial teórico, procedimentos metodológicos, análise e discussão dos resultados e, por fim, as considerações finais.

2.REFERENCIAL TEÓRICO

2.1Conceitos de Estratégia

Quando se fala em estratégia, logo vem à mente ações presentes a fim de trazer resultados benéficos no futuro. E para as organizações, traçar estratégias é fundamental para a competitividade das mesmas, pois, quando bem elaboradas trazem vantagens competitivas sobre seus concorrentes diretos. Ao usar o termo estratégia organizacional, é necessário

Profissional 4.0: perspectivas para formação e atual dos profissionais de contabilidade e finanças na Economia 4.0.

compreender que ela determina uma direção para a empresa em seus diversos processos organizacionais e conduz o aproveitamento dos seus recursos utilizados para a empresa seguir no rumo destes objetivos. (BARNEY; HESTERLEY, 2007).

Conforme explica Mintzberg et al. (2003), observando o passado chega-se a últimação de que estratégias eficientes devem abranger certos fatores críticos complementares, tais como: (i) Propósitos claros, precisos e diretos: essas metas precisam ser assimiladas por todos os colaboradores, para que possam direcionar todos os esforços para manter esse objetivo como foco. (ii) Conservar a iniciativa: este quesito exige que a estratégia mantenha sua independência, fazendo com que os colaboradores e a organização deem ênfase no comprometimento para com os usuários. (iii) Centralização: a estratégia deve concentrar uma autoridade superior no lugar e no momento que certamente serão mais resolutivos. (iv) Flexibilidade: a estratégia deve poupar recursos para a maleabilidade de possíveis eventos subsequentes ocorridos durante o percurso. (v) Liderança coordenada e comprometida: não basta apenas ser líder, mas sim agir com motivação para que seus valores estejam em concordância com suas determinadas funções, pois a estratégia exige comprometimento de todos os envolvidos. (vi) Surpresa: a estratégia deve agir com rapidez, agilidade e confiança para pegar o concorrente de surpresa, e assim, obter resultados extraordinários. (vii) Segurança: a estratégia tem o dever de esquivar-se de possíveis ataques surpresas de seus oponentes, utilizando sistemas de inteligência eficientes, que preservem a segurança da empresa.

A estratégia tem o objetivo de manter em síncrono as metas definidas com as determinações da empresa, com intuito de impulsionar os recursos necessários para cumprimento das metas traçadas, sempre em observância de fatores internos e externos da empresa (MACEDO-SOARES, 2002). Para Santos (2007) a estratégia consiste em um conjunto de metas que direcionam os movimentos futuros da organização, ou seja, um modelo de atos a ser acompanhados, que ao longo do tempo perdurado traga solidez nos objetivos das entidades.

A palavra estratégia origina-se do termo grego *strategia*, que se envolve à atividade de general e era abordada no princípio por comandantes militares que desejavam obter resultados em suas lutas (CRAINER; DEARLOVE, 2014). Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2009) entendem que estratégias eficazes contêm três elementos essenciais: as metas (objetivos) mais importantes a serem atingidas, as políticas mais importantes que orientam ou limitam a ação e as principais sequências de ação (ou programas) que levaram ao cumprimento das metas definidas dentro dos limites estabelecidos.

Portanto, pode-se declarar que a estratégia é fator determinante no que diz ao resultado positivo das entidades, mas, não quer dizer e nem assegura que as mesmas não venham a encarar eventos penosos, já que o mercado enfrenta variações constantes. Contudo, é de extrema importância que as estratégias sejam verificadas frequentemente e refeitas se for necessário para atingir os objetivos propostos (CARDOSO; SANTOS; POLACINSKI, 2016).

Os conceitos formulados no Brasil acerca do assunto estratégia, na sua maioria partem de convergências entre conceitos propostos por autores estrangeiros. Para Lodi (1969), as organizações brasileiras, eram comandadas por administradores que atuavam na base do instinto, onde o método era a base da organização. Neste modelo, o planejamento não era fator principal de utilização das entidades, tinha pouca importância, tanto que, algumas empresas nem dele se utilizavam, e as que dele faziam uso, eram poucas. Provavelmente esse, seja o motivo de não haver grandes abordagens a respeito do conceito de estratégia nos antigos estudos. (Bragança, 2013). Com o passar do tempo, Machado-da-Silva e Vizeu (2007), explica a ocorrência da mudança de perspectivas das empresas brasileiras, onde a chegada de empreendimentos multinacionais ao Brasil foi o fator determinante, pois começou

Profissional 4.0: perspectivas para formação e atual dos profissionais de contabilidade e finanças na Economia 4.0.

a se espalhar a visão estratégica, pelo fato de integrar informações com os sistemas organizacionais deslocados pelas empresas estrangeiras.

Estratégia é o conhecimento e entendimento do mercado da entidade, do seu ramo de atuação, e o aproveitamento das chances que aparecem (FLEURY; FLEURY, 2001). Já para Carvalho, Di Serio e Vasconcellos (2012), o processo de solidificação da abertura econômica e a da união que ocorreu no Brasil, faz com que ocorra uma disputa entre os mercados, ou seja, as definições teriam que abordar tal competitividade como algo essencial em seus conceitos que envolvam estratégias Fonseca e Machado-da-Silva (2002) definiram estratégia como analogia entre unificação das práticas organizacionais, compreendendo busca de conhecimentos e cautelas administrativas, com o pressuposto de obter desvios das ameaças com oponentes e fazer o aproveitamento das oportunidades que surgem no caminho.

2.2 Importância da Estratégia

Segundo Mintzberg Ahlstrand, e Lampel (2009) a estratégia dentro de uma organização é de suma importância para chegar aos objetivos definidos de uma forma mais assertiva possível. Pode-se afirmar que uma estratégia fixa a direção, concentra esforços, define a organização e favorece a coerência. A importância de se ter estratégia dentro de uma organização determina, se ela vai ter ou não sucesso no que diz respeito a alcançar seus objetivos de curto e longo prazo.

O planejamento de uma empresa deve estar embasado na visão estratégica traçada em todos os departamentos. Para Megginson, Mosley e Pietri Junior (1998, p. 129), “planejamento pode ser definido como o processo de estabelecer objetivos ou metas, determinando a melhor maneira de atingi-los”. Percebe-se então, a importância de uma organização efetuar um planejamento em curto, médio e longo prazo, a fim de obter o foco de que a empresa necessita para atingir o objetivo.

Segundo Anthony (1988) é importante compreender a diferença entre o que é nível estratégico, o que recai no nível tático e o que vem a ser nível operacional. No nível estratégico é onde se decide os objetivos da organização; alterações desses objetivos; os recursos necessários para alcançá-los; e as políticas que governam sua aquisição e utilização. No nível tático, é o controle gerencial pelo qual os gerentes se asseguram de que os recursos são obtidos e utilizados eficazmente para o cumprimento dos objetivos da organização. No nível operacional, é o processo que visa assegurar que tarefas específicas sejam executadas eficiente e eficazmente. Assim, todos os níveis da empresa devem estar alinhados com o objetivo estratégico, afim se assegurar o sucesso do negócio.

3.PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para identificar qual conceito de estratégia é mais percebido pelos acadêmicos de Administração e Ciências Contábeis como sendo o que melhor define estratégia, aplicou-se uma pesquisa quantitativa, descritiva, realizada através de levantamento de dados primários, com aplicação de um questionário com perguntas fechadas.

A pesquisa foi realizada em uma instituição do sul do estado do Maranhão/Brasil que possui o curso de Administração e Ciências Contábeis. Foram escolhidos como população os discentes matriculados e/ou frequentavam o 6º e 8º períodos, que durante o seu período acadêmico tiveram contato com disciplinas que abordaram os conceitos de estratégia. Destaca-se que o discente que responderam que não estudou alguma disciplina ligada ao conceito de estratégia foi excluído da amostra.

O instrumento de coleta de dados foi formado por dois blocos. O primeiro bloco é composto por 5 questões sobre o gênero, idade, se trabalha ou estagia, instituição de ensino e período em que estuda e uma questão controle que busca saber se o discente já estudou alguma disciplina ligada ao conceito de estratégia. A segunda seção procura captar aspectos

Profissional 4.0: perspectivas para formação e atual dos profissionais de contabilidade e finanças na Economia 4.0.

do conceito de estratégia, incluindo as 13 questões fechadas, sendo 12 baseadas nos conceitos de estratégia propostas por Mainardes, Alves e Raposo (2011) e 1 questão usada como variável dependente (“Tenho convicção de que eu entendo claramente o significado do termo estratégia”) proposta no estudo do Bragança (2013), conforme Quadro 1.

Quadro 1 – Afirmções sobre percepção do conceito de estratégia

Afirmções		Variável
C1	1) “Estratégia é o desenvolvimento de planos, políticas e práticas para atingir os objetivos da empresa”;	Independentes
C2	2) “Estratégia é o modo de como a empresa deve estar no mercado e se relacionar com seu ambiente externo”;	
C3	3) “Estratégia é responsabilidade da alta gestão da empresa e fruto de suas decisões”;	
C4	4) “Estratégia é ter objetivos de médio e longo prazos”;	
C5	5) “Estratégia é uma orientação para estruturar a empresa”;	
C6	6) “Estratégia é um meio da empresa atingir o sucesso”;	
C7	7) “Estratégia é a visão e missão da empresa”;	
C8	8) “Estratégia é uma indicação de que rumo a empresa deve seguir”;	
C9	9) “Estratégia depende das vantagens competitivas da empresa”;	
C10	10) “Estratégia baseia-se na coleta e análise das informações da empresa e todos os envolvidos com ela”;	
C11	11) “Estratégia envolve toda a empresa”;	
C12	12) “Estratégia é uma forma de conquistar clientes”.	
C13	13) “Tenho convicção de que eu entendo claramente o significado do termo estratégia”	Dependente

Fonte: Elaboração própria.

O instrumento de pesquisa possui uma escala com pontuação de 0 a 10, onde o “0” significa máximo de discordância e o “10” significa máximo de concordância sobre a percepção que cada respondente possui dos conceitos de estratégia.

Para análise dos dados, utilizou-se a estatística descritiva e, em momento posterior, a regressão múltipla. A regressão múltipla consiste em uma associação funcional entre mais de duas variáveis independentes em um modelo com uma variável dependente, com a finalidade de descrever um determinado evento (CORRAR; PAULO; DIAS FILHO, 2007; HAIR et al., 2009; WOOLDRIDGE, 2010).

Diante desse contexto, foram controlados resultados, de acordo com o curso de graduação dos acadêmicos. Dessa forma, tem-se o modelo de acordo com a percepção e estratégia dos alunos de ciências contábeis e administração:

$$C13 = \beta_0 + \beta_1 C1_1 + \beta_2 C2_2 + \beta_3 C3_3 + \beta_4 C4_4 + \beta_5 C5_5 + \beta_6 C6_6 + \beta_7 C7_7 + \beta_8 C8_8 + \beta_9 C9_9 + \beta_{10} C10_{10} + \beta_{11} C11_{11} + \beta_{12} C12_{12} + \varepsilon$$

Onde:

C13= Convicção do entendimento do significado de estratégia

C1 = Percepção dos alunos de ciências contábeis/administração quanto à afirmação: “Estratégia é o desenvolvimento de planos, políticas e práticas para atingir os objetivos da empresa”;

C2 = Percepção dos alunos de ciências contábeis/administração quanto à afirmação: “Estratégia é o modo de como a empresa deve estar no mercado e se relacionar com seu ambiente externo”;

C3 = Percepção dos alunos de ciências contábeis/administração quanto à afirmação: “Estratégia é responsabilidade da alta gestão da empresa e fruto de suas decisões”;

C4 = Percepção dos alunos de ciências contábeis/administração quanto à afirmação: “Estratégia é ter objetivos de médio e longo prazo”;

C5 = Percepção dos alunos de ciências contábeis/administração quanto à afirmação: “Estratégia é uma orientação para estruturar a empresa”;

Profissional 4.0: perspectivas para formação e atual dos profissionais de contabilidade e finanças na Economia 4.0.

C6 = Percepção dos alunos de ciências contábeis/administração quanto à afirmação: “Estratégia é um meio da empresa atingir o sucesso”;

C7 = Percepção dos alunos de ciências contábeis/administração quanto à afirmação: “Estratégia é a visão e missão da empresa”;

C8 = Percepção dos alunos de ciências contábeis/administração quanto à afirmação: “Estratégia é uma indicação de que rumo a empresa deve seguir”;

C9 = Percepção dos alunos de ciências contábeis/administração quanto à afirmação: “Estratégia depende das vantagens competitivas da empresa”;

C10 = Percepção dos alunos de ciências contábeis/administração quanto à afirmação: “Estratégia baseia-se na coleta e análise das informações da empresa e todos os envolvidos com ela”;

C11 = Percepção dos alunos de ciências contábeis/administração quanto à afirmação: “Estratégia envolve toda a empresa”;

C12 = Percepção dos alunos de ciências contábeis/administração quanto à afirmação: “Estratégia é uma forma de conquistar clientes”.

Como pressupostos da regressão linear múltipla, foram realizados os testes de normalidade, por meio do teste *Kolmogorov-Smirnov*, ao nível de significância de 5%, e o teste de correlação de Pearson, com objetivo de verificar multicolinearidade das variáveis independentes do modelo.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O objetivo do estudo foi identificar qual conceito de estratégia é mais percebido pelos acadêmicos de Administração e Ciências Contábeis como sendo o que melhor define estratégia. Primeiramente, caracterizaram-se os discentes participantes da pesquisa, conforme Tabela 1. Nesta tabela, apresenta-se a idade, gênero, semestre atual do curso e atuação profissional.

Tabela 1 – Caracterização dos discentes participantes da amostra

Idade	Quantidade	%	Gênero	Quantidade	%
Até 17 anos	0	0	Feminino	101	71,19
De 18 a 20 anos	14	10,17	Masculino	41	28,81
De 21 a 25 anos	67	47,46	Total	142	100
De 26 a 30 anos	47	33,05			
De 31 a 35 anos	7	5,08			
De 36 a 40 anos	3	1,69	Trabalham	Quantidade	%
Acima de 40 anos	4	2,54	Sim	123	86,44
Total	142	100	Não	19	13,56
			Total	142	100
Semestres	Quantidade	%			
Administração			Estágio	Quantidade	%
6º	35	24,58	Sim	16	11,02
8º	19	13,56	Não	126	88,98
Ciência Contábeis			Total	142	100
6º	27	18,64			
8º	61	43,22			
Total	142	100			

Fonte: dados da pesquisa.

Na Tabela 1 observa-se que a maioria dos respondentes do curso de Administração e Ciências Contábeis possui entre 21 a 25 anos (47,46%), cursa o 6º semestre em Administração e cursa o 8º em Ciências Contábeis, respectivamente, 24,58% e 43,22%. A característica desses estudantes foi semelhante a pesquisa do Bragança (2013) e Bragança, Mainardes e Laurett (2015). Neste sentido, este número apresenta coerência com os dados oficiais do Ministério da Educação (INEP, 2011), visto a idade mais frequente dos estudantes

Profissional 4.0: perspectivas para formação e atual dos profissionais de contabilidade e finanças na Economia 4.0.

concluintes são de 23 anos (moda) e a idade média de conclusão é de 28 anos, e a metade dos estudantes concluintes possuem até 26 anos.

A maioria dos respondentes, ainda na Tabela 1, foi do gênero feminino (71,19%), trabalha (86,44%) e não estagia (88,98%). Conforme censo da educação superior realizado em 2011 pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP, 2011), 61,1% da população universitária concluinte dos cursos de graduação pertence ao gênero feminino. Desta forma, o número encontrado nesta investigação é similar aos encontrados no censo promovido pelo Ministério da Educação.

De acordo aos resultados, pode-se esperar resultados semelhantes ao curso de Administração aos estudos do Bragança (2013) e Bragança, Mainardes e Laurett (2015). Ao comparar ao curso de Ciências Contábeis, pode-se esperar resultados distintos para o conceito de estratégia. Desta forma, torna-se relevante ao demonstrar o perfil e o conceito de estratégia dos estudantes de cada curso e que subsidia o docente a conhecer a percepção estratégica desenvolvida pelos alunos.

Na Tabela 2 são apresentados os resultados dos dados por meio do uso da estatística descritiva.

Tabela 2 – Média dos conceitos de estratégia no curso de Ciências Contábeis e Administração

Estratégia	Ciência Contábeis				Administração			
	Posição	Média	Desvio Padrão	Erro padrão da média	Posição	Média	Desvio Padrão	Erro padrão da média
C1	1	8,926	1,7274	0,1772	3	8,830	1,8096	0,264
C2	11	6,463	2,645	0,2714	11	7,064	2,3993	0,35
C3	10	7,389	2,6947	0,2765	10	7,149	2,9634	0,4323
C4	4	8,105	2,486	0,2551	9	7,723	2,7163	0,3962
C5	7	8,032	2,111	0,2166	8	7,957	2,0319	0,2964
C6	2	8,863	1,5684	0,1609	1	9,149	1,6678	0,2433
C7	13	6,158	3,1056	0,3186	13	6,809	2,4195	0,3529
C8	8	7,842	2,3625	0,2424	7	8,043	1,8528	0,2703
C9	12	6,284	2,7315	0,2802	12	7,021	2,2888	0,3339
C10	9	7,663	2,2247	0,2282	6	8,128	1,9849	0,2895
C11	3	8,737	2,1939	0,2251	5	8,766	2,2478	0,3279
C12	5	8,084	2,1668	0,2223	2	8,894	1,697	0,2475
C13	6	8,074	1,9419	0,1992	4	8,809	1,2448	0,1816

Legenda: C1 - Estratégia é o desenvolvimento de planos, políticas e práticas para atingir os objetivos da empresa; C2 - Estratégia é o modo de como a empresa deve estar no mercado e se relacionar com seu ambiente externo; C3 - Estratégia é responsabilidade da alta gestão da empresa e fruto de suas decisões; C4 - Estratégia é ter objetivos de médio e longo prazos; C5 - Estratégia é uma orientação para estruturar a empresa; C6 - Estratégia é um meio da empresa atingir o sucesso; C7 - Estratégia é a visão e missão da empresa; C8 - Estratégia é uma indicação de que rumo a empresa deve seguir; C9 - Estratégia depende das vantagens competitivas da empresa; C10 - Estratégia baseia-se na coleta e análise das informações da empresa e todos os envolvidos com ela; C11 - Estratégia envolve toda a empresa; C12 - Estratégia é uma forma de conquistar clientes; C13 - Tenho convicção de que eu entendo claramente o significado do termo Estratégia.

Fonte: dados da pesquisa.

Na Tabela 2, o conceito que obteve maior média (8,926) na percepção dos estudantes do curso de Ciências Contábeis corresponde a “Estratégia é o desenvolvimento de plano, políticas e práticas para atingir os objetivos da empresa”. Os conceitos que obtiveram as maiores médias correspondem na ordem decrescente: “estratégia é um meio de a empresa atingir o sucesso”, “estratégia envolve toda a empresa”, “estratégia é ter objetivos de médio e longo prazo”.

Em relação aos conceitos que obtiveram a menor média (6,158) na percepção dos estudantes do curso de Ciências Contábeis corresponde a “estratégia é a visão e missão da empresa”. Os conceitos que obtiveram as menores médias correspondem a: “estratégia

Profissional 4.0: perspectivas para formação e atual dos profissionais de contabilidade e finanças na Economia 4.0.

depende das vantagens competitivas da empresa”; “Estratégia é o modo de como a empresa deve estar no mercado e se relacionar com seu ambiente externo”; “Estratégia é responsabilidade da alta gestão da empresa e fruto de suas decisões”.

No curso de Administração, na percepção dos estudantes, o conceito que obteve maior média (9,149) corresponde a “estratégia é o meio de a empresa atingir o sucesso”. Os conceitos que obtiveram as maiores médias correspondem na ordem decrescente: “estratégia é uma forma de conquistar o cliente”; “Estratégia é o desenvolvimento de planos, políticas e práticas para atingir os objetivos da empresa”; “Estratégia é o desenvolvimento de planos, políticas e práticas para atingir os objetivos da empresa”.

Já o conceito de estratégia que obteve a menor média (6,809) corresponde a “Estratégia é a visão e missão da empresa”. Os conceitos que obtiveram as menores médias correspondem a: “Estratégia depende das vantagens competitivas da empresa”; “Estratégia é uma forma de conquistar clientes” e “Estratégia é responsabilidade da alta gestão da empresa e fruto de suas decisões”.

Comparativamente, percebe-se convergência entre os conceitos com maiores médias, como: “Estratégia é o desenvolvimento de plano, políticas e práticas para atingir os objetivos da empresa” e “estratégia é um meio da empresa atingir o sucesso”. Também houve convergência entre os conceitos de estratégia com as menores médias, como: “estratégia depende das vantagens competitivas da empresa” e “Estratégia é responsabilidade da alta gestão da empresa e fruto de suas decisões”.

Visto os resultados, embora a convergência entre conceitos sobre a estratégia, pode-se inferir que o termo é, ainda, subjetivo, sem um consenso geral e que pode assumir múltiplos significados. Ao comparar os resultados ao estudo do Bragança, Mainardes e Laurett (2015), percebe-se convergência ao resultado, sobretudo ao conceito entre as maiores médias “Estratégia é o desenvolvimento de plano, políticas e práticas para atingir os objetivos da empresa”. Os autores (2015) explicam que a percepção deste conceito indica que os princípios administrativos (planejamento, organização direção e controle) são percebidos como forma para atingir os objetivos estratégicos de uma empresa.

Entre as menores médias, tem-se que a “estratégia depende das vantagens competitivas da empresa”. Ainda os autores (2015), o conhecimento do que sejam as vantagens competitivas de uma empresa ainda não demonstra ser claramente definido como sendo um influenciador na formulação da estratégia organizacional. Neste sentido, Mainardes, Ferreira e Raposo (2014) apontam que a dificuldade em traduzir os conceitos ensinados em sala de aula poderá resultar em dificuldade práticas na elaboração de planos e gestão de estratégias organizacionais.

Após apresentar a média para cada conceito de estratégia, buscou-se por meio da análise da regressão linear múltipla, analisar as variáveis explicativas que melhor preveem a variável dependente deste estudo. Contudo, antes da realização da regressão linear múltipla dos dados, analisou-se a intensidade e o sentido das relações entre as variáveis por meio do coeficiente de correlação de *Pearson*. Aplicou-se, também, os testes não paramétricos de *Kolmogorov-Smirnov* para verificar a normalidade dos dados, que evidenciou uma distribuição normal das variáveis a um nível de 5% ($p\text{-value} < 0.05$).

Os resultados da análise da regressão linear múltipla são demonstrados por estudantes de Ciências Contábeis e por estudantes de Administração, respectivamente, nas Tabelas 3 e 4.

Profissional 4.0: perspectivas para formação e atual dos profissionais de contabilidade e finanças na Economia 4.0.

Tabela 3 – Regressão das variáveis em função do conceito de estratégia para Ciências Contábeis

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
	B	Modelo padrão	Beta		
(Constante)	3,103	1,330		2,333	0,022
C1	-0,051	0,119	-0,045	-0,426	0,672
C2	-0,084	0,071	-0,114	-1,179	0,242
C3	0,152*	0,073	0,211	2,101	0,039
C4	0,000	0,080	0,000	-0,003	0,998
C5	0,122	0,126	0,133	0,971	0,335
C6	0,278**	0,158	0,224	1,753	0,083
C7	-0,057	0,067	-0,092	-0,859	0,393
C8	0,084	0,09	0,103	0,934	0,353
C9	0,193*	0,079	0,271	2,447	0,017
C10	-0,097	0,088	-0,111	-1,097	0,276
C11	-0,086	0,096	-0,097	-0,89	0,376
C12	0,169**	0,097	0,189	1,744	0,085
R	0,521				
R ²	0,271				
Durbin-Watson	1,940				
ANOVA	F	4,177	Sig.	0,000	

Legenda: C1 a C12 são as questões realizadas no questionário

C1 - Estratégia é o desenvolvimento de planos, políticas e práticas para atingir os objetivos da empresa; C2 - Estratégia é o modo de como a empresa deve estar no mercado e se relacionar com seu ambiente externo; C3 - Estratégia é responsabilidade da alta gestão da empresa e fruto de suas decisões; C4 - Estratégia é ter objetivos de médio e longo prazos; C5 - Estratégia é uma orientação para estruturar a empresa; C6 - Estratégia é um meio da empresa atingir o sucesso; C7 - Estratégia é a visão e missão da empresa; C8 - Estratégia é uma indicação de que rumo a empresa deve seguir; C9 - Estratégia depende das vantagens competitivas da empresa; C10 - Estratégia baseia-se na coleta e análise das informações da empresa e todos os envolvidos com ela; C11 - Estratégia envolve toda a empresa; C12 - Estratégia é uma forma de conquistar clientes.

Significância de 5% *

Significância de 10% **

Fonte: dados da pesquisa.

Ao considerar os resultados, o valor do R² foi de 0,271, o que reflete seu poder de explicação em 27,1% da variabilidade da variável dependente. Neste sentido, demonstra o quanto as variáveis independentes, representadas por C3 – Estratégia é a responsabilidade da alta gestão da empresa e fruto de suas decisões, C6 – Estratégia é um meio da empresa atingir o sucesso, C9 – Estratégia depende das vantagens competitivas da empresa e C12 – Estratégia é uma forma de conquistar o cliente explicam em 27,1% a variável dependente, expressa na pergunta “Tenho convicção de que eu entendo claramente o significado do termo Estratégia”. Neste íterim, os conceitos C3, C6, C9 e C12 foram os que mais influenciaram os estudantes do curso de Ciências Contábeis sobre sua percepção quanto ao entendimento do termo estratégia.

Estes resultados foram parcialmente encontrados por Bragança (2013) em seu estudo sobre conceito de estratégia com discentes de administração que consideram os conceitos “Estratégia depende das vantagens competitivas da empresa” (C9). Destaca-se que o R² da investigação foi de 17,7%. Esta afirmação tem como base a observação dos mercados a serem atingidos pelo produto a ser comercializado e o crescimento almejado dentro do mercado, conforme Ansoff (1965).

Vale destacar que os resultados confirmam o resultado identificado na Tabela 2 entre as maiores e menores médias entre os estudantes de Ciências Contábeis. Neste íterim, os resultados indicam que estes estudantes levam para sua prática profissional a percepção de que a estratégia não se considera por concepções conceituais, mas sim, estabelecida pelo

Profissional 4.0: perspectivas para formação e atual dos profissionais de contabilidade e finanças na Economia 4.0.

planejar, coletar informações e colocar em prática para alcançar o objetivo proposto visando o sucesso da organização.

A partir da Tabela 4 os resultados da análise da regressão linear múltipla são demonstrados para os estudantes de Administração.

Tabela 4 – Regressão das variáveis em função do conceito de estratégia para Administração

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
	B	Modelo padrão	Beta		
(Constante)	2,039	1,265		1,612	0,116
C1	-0,071	0,085	-0,104	-0,842	0,406
C2	0,123**	0,072	0,236	1,703	0,098
C3	0,155*	0,061	0,369	2,537	0,016
C4	-0,1	0,072	-0,218	-1,394	0,172
C5	-0,124	0,082	-0,202	-1,504	0,142
C6	0,126	0,092	0,169	1,378	0,177
C7	-0,035	0,07	-0,067	-0,497	0,622
C8	0,071	0,089	0,105	0,792	0,434
C9	-0,08	0,064	-0,147	-1,261	0,216
C10	0,356*	0,08	0,567	4,469	0,000
C11	0,104	0,065	0,188	1,618	0,115
C12	0,276*	0,085	0,376	3,224	0,003
R	0,512				
R ²	0,227				
Durbin-Watson					
ANOVA	F	5,125	Sig.	0,000	

Legenda: C1 a C12 são as questões realizadas no questionário

C1 - Estratégia é o desenvolvimento de planos, políticas e práticas para atingir os objetivos da empresa; C2 - Estratégia é o modo de como a empresa deve estar no mercado e se relacionar com seu ambiente externo; C3 - Estratégia é responsabilidade da alta gestão da empresa e fruto de suas decisões; C4 - Estratégia é ter objetivos de médio e longo prazos; C5 - Estratégia é uma orientação para estruturar a empresa; C6 - Estratégia é um meio da empresa atingir o sucesso; C7 - Estratégia é a visão e missão da empresa; C8 - Estratégia é uma indicação de que rumo a empresa deve seguir; C9 - Estratégia depende das vantagens competitivas da empresa; C10 - Estratégia baseia-se na coleta e análise das informações da empresa e todos os envolvidos com ela; C11 - Estratégia envolve toda a empresa; C12 - Estratégia é uma forma de conquistar clientes.

Significância de 5% *

Significância de 10% **

Fonte: dados da pesquisa.

De acordo a Tabela 4, pode-se verificar que o valor do R² foi de 0,227, o que reflete seu poder de explicação em 22,7%. Desta forma, demonstra o quanto as variáveis independentes, representadas por C2 - Estratégia é o modo de como a empresa deve estar no mercado e se relacionar com seu ambiente externo; C3 - Estratégia é responsabilidade da alta gestão da empresa e fruto de suas decisões; C10 - Estratégia baseia-se na coleta e análise das informações da empresa e todos os envolvidos com ela; e C12 - Estratégia é uma forma de conquistar clientes explicam em 22,7% a variável dependente, expressa na pergunta “Tenho convicção de que eu entendo claramente o significado do termo Estratégia”. Desta forma, os conceitos C2, C3, C10 e C12 foram os conceitos que mais influenciaram os estudantes de Administração sobre a convicção quanto ao entendimento do termo estratégia.

Estes resultados foram divergentes ao estudo do Bragança (2013) com discentes de Administração que consideraram os conceitos “Estratégia depende das vantagens competitivas da empresa” (C9) e “Estratégia envolve toda a empresa” (C11). O autor (2013) conclui que os discentes revelaram dificuldade em demonstrar que conhecem estratégia e sabem seu papel no mundo organizacional ao considerar como definição concepções superficiais e muito abrangente.

Profissional 4.0: perspectivas para formação e atual dos profissionais de contabilidade e finanças na Economia 4.0.

Ressalta-se que os resultados confirmam o resultado identificado na Tabela 2 entre as maiores e menores médias entre os estudantes de Administração. Desta forma, ao considerar que o conhecimento de estratégia possibilita melhorias na gestão estratégica das organizações e no planejamento e desenvolvimento de planos e políticas a serem desenvolvidas para a obtenção dos objetivos organizacionais (PAGLIARUSSI; LIBERATO, 2011), estes estudantes demonstram conhecer estratégia e sabem o seu papel no mundo organizacional.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do estudo foi identificar qual conceito de estratégia é mais percebido pelos estudantes da graduação de Ciências Contábeis de uma IES maranhense como sendo o que melhor define estratégia. A pesquisa se caracteriza como quantitativa, descritiva, realizada através de levantamento de dados primários, com aplicação de um questionário com perguntas fechadas. Foram escolhidos como população discentes que estavam matriculados e frequentam o 6º e 8º períodos, que durante o seu período acadêmico tiveram contato com disciplinas que abordaram os conceitos de estratégia. Para a análise dos dados, utilizou a estatística descritiva e a regressão linear múltipla.

Como resultado para a estatística descritiva, o conceito que obteve maior média na percepção dos estudantes de Ciências Contábeis corresponde a “Estratégia é o desenvolvimento de plano, políticas e práticas para atingir os objetivos da empresa”. Em relação aos conceitos que obtiveram a menor média na percepção dos estudantes do curso de Ciências Contábeis corresponde a “estratégia é a visão e missão da empresa”.

Já no curso de Administração, o conceito que obteve maior média na percepção dos estudantes corresponde a “estratégia é o meio de a empresa atingir o sucesso”. Em contraste, o conceito de estratégia que obteve a menor média corresponde a “Estratégia é a visão e missão da empresa”.

Os resultados demonstrados na análise da regressão linear múltipla demonstram que os estudantes de Ciências Contábeis levam para sua prática profissional a percepção de que a estratégia não se considera por concepções conceituais, mas sim, estabelecida pelo planejar, coletar informações e colocar em prática para alcançar o objetivo proposto visando o sucesso da organização. Quanto aos estudantes de Administração, pode-se inferir que estes entendem estratégia como que possibilita melhorias na gestão estratégica das organizações e no planejamento e desenvolvimento de planos e políticas a serem desenvolvidas para a obtenção dos objetivos organizacionais.

De acordo aos resultados do estudo, torna-se possível afirmar que alguns conceitos como, o conhecimento do que sejam as vantagens competitivas de uma empresa, ainda não demonstra ser claramente definido como sendo um influenciador na formulação da estratégia organizacional para os estudantes. Assim, a dificuldade em traduzir os conceitos que podem ter sido ensinados em sala de aula poderá resultar em dificuldade práticas na elaboração de planos e gestão de estratégias organizacionais.

Sugere-se para novas investigações abordar outros conceitos de estratégia, visto que este estudo abordou apenas os doze conceitos do estudo português do Mainardes, Ferreira e Raposo (2014), sendo esta uma limitação da pesquisa. Sugere-se, também, a replicação deste estudo em outras regiões do país para analisar se os resultados são análogos e identificar a percepção dos docentes e gestores de empresas com o intuito de comparar se as definições da academia são as mesmas utilizadas nas organizações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANSOFF, H. I. **Corporate strategy: An analytic approach to business policy for growth and expansion.** McGraw-Hill Companies, 1965.

BARNEY, J. B.; HESTERLY, William S.; ROSEMBERG, Monica. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. Pearson Educación, 2007.

BRAGANÇA, L. F. **Conceitos de estratégia na visão dos estudantes de administração**. 2013. 67 p. 2013. Tese de Doutorado. Dissertação (Mestrado Administração). Fundação Instituto Capixaba De Pesquisas Em Contabilidade, Economia E Finanças (FUCAPE). Vitória.

BRAGANÇA, L. F.; MAINARDES, E. W.; LAURETT, R. Conceitos de estratégia na visão dos estudantes de administração. **Iberoamerican Journal of Strategic Management (IJSM)**, v. 14, n. 3, p. 75-92, 2015.

CARDOSO, D.; SANTOS, L. D.; POLACINSKI, E. A estratégia como foco em um plano de desenvolvimento de um arranjo produtivo local da região das Missões. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 9, 2016.

CARVALHO, L. C.; DI SERIO, L. C.; VASCONCELLOS, M. A. Competitividade das nações: análise da métrica utilizada pelo World Economic Forum. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 52, n. 4, p. 421-434, 2012.

CORRAR, L. J.; PAULO, E.; DIAS FILHO, J. M. Análise multivariada: para os cursos de administração, ciências contábeis e economia. **São Paulo: Atlas**, p. 280-323, 2007.

CRAINER, S.; DEARLOVE, D. **Estratégia: arte e ciência na criação e execução**. Bookman Editora, 2014.

FLEURY, M. T. L.; FLEURY, A. Construindo o conceito de competência. **Revista de administração contemporânea**, v. 5, n. SPE, p. 183-196, 2001.

FONSECA, V. S.; MACHADO-DA-SILVA, C. L. Conversação entre abordagens da estratégia em organizações: escolha estratégica, cognição e instituição. **Organizações & Sociedade**, v. 9, n. 25, p. 93-109, 2002.

HAIR, J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, J. B.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, J. **Análise multivariada de dados**. Bookman Editora, 2009.

INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Censo da Educação Superior 2011** – Resumo Técnico (CES 2011). 2011. Disponível em: <http://download.inep.gov.br/educacao_superior/censo_superior/resumo_tecnico/resumo_tecnico_censo_educacao_superior_2011.pdf>. Acesso em: 07 de setembro, 2016.

KETCHEN JR, D. J.; BOYD, B. K.; BERGH, D. D. Research methodology in strategic management: Past accomplishments and future challenges. **Organizational Research Methods**, v. 11, n. 4, p. 643-658, 2008.

LODI, J. B. Estratégia de negócios: planejamento a longo prazo. **Revista de Administração de Empresas**, v. 9, n. 1, p. 05-32, 1969.

Profissional 4.0: perspectivas para formação e atual dos profissionais de contabilidade e finanças na Economia 4.0.

MACEDO, F. M. F.; BOAVA, D. L. T.; ANTONIALLI, L. M. A fenomenologia social na pesquisa em estratégia. 2012.

MACEDO-SOARES, T. D. L. v. Strategic alliances and networks: conceptual tools for strategic assessments. In: **Readings Book of GBATA International Conference**. 2002. p. 292-305.

MACHADO-DA-SILVA, C. L.; VIZEU, F. Análise institucional de práticas formais de estratégia. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 47, n. 4, p. 89-100, 2007.

MEGGINSON, L. C.; MOSLEY, D. C.; PIETRI JR, P. H. Fundamentos do controle e administração da informação. **MEGGINSON, LC; MOSLEY, DC; PIETRI JR., PH Administração: conceitos e aplicações**, v. 4, p. 15-494, 1998.

MAINARDES, E. W.; ALVES, H.; RAPOSO, M. Stakeholder theory: issues to resolve. **Management decision**, v. 49, n. 2, p. 226-252, 2011.

MAINARDES, E. W.; FERREIRA, J. J.; RAPOSO, M. L. Strategy and strategic management concepts: are they recognised by management students?. **Economics and Management**, 2014.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári da estratégia**. Bookman Editora, 2009.

MINTZBERG, H.; GHOSHAL, S.; LAMPEL, J.; QUINN, J. B. **The strategy process: concepts, contexts, cases**. Pearson education, 2003.

PAGLIARUSSI, M. S.; LIBERATO, G. B. Disclosure de estratégia em relatórios anuais: uma análise de dimensões culturais, de sistema legal e de governança corporativa em empresas de quatro países. **Revista de Administração Mackenzie (Mackenzie Management Review)**, v. 12, n. 4, 2011.

SANTOS, R. C. et al. Manual de gestão empresarial: conceitos e aplicações nas empresas brasileiras. **São Paulo: Atlas**, 2007.

SAUERBRONN, F. F.; FARIA, A. A. **Agência em estratégia: conectando prática social e codeterminação**. 2011.

TUSHMAN, M.; NADLER, D. **Designing organizations that have good fit: A framework for understanding new architectures**. 1992.

WOOLDRIDGE, J. M. **Econometric analysis of cross section and panel data**. MIT press, 2010.