

JOZIAS CASTRO DE ALMEIDA

REDES DE PEQUENOS E MÉDIOS SUPERMERCADOS: UM ESTUDO
EXPLORATÓRIO DOS FATORES DE COMPETITIVIDADE

Resumo

Esta dissertação teve como objetivo principal identificar os fatores críticos de competitividade das redes de pequenas e médias empresas de supermercados e, como objetivos secundários, identificar as ações de competitividade e as ações de colaborativismo. Para suporte teórico desta pesquisa, foram analisados no capítulo dois, os tópicos: estratégia competitiva e estratégia colaborativa. Quanto à metodologia, foi utilizado o estudo de caso múltiplo, com a análise de três empresas supermercadistas do Rio de Janeiro. A metodologia de coleta dos dados se baseou, primeiramente, num estudo bibliográfico e numa segunda etapa, em uma pesquisa de caráter qualitativo, tendo na análise de conteúdo, a técnica para coletar as evidências. O trabalho partiu da suposição inicial de que o fator crítico de competitividade das redes de pequenas e médias empresas de supermercados seria o crescimento. No entanto, os resultados apontaram para o fator “comprometimento dos associados” como o principal fator crítico de competitividade do modelo de associativismo.

Palavras-chave: Centrais de negócios. Competitividade. Colaborativismo. Pequenas e médias empresas.