



A GESTÃO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO COMO FATOR DETERMINANTE DE VANTAGEM COMPETITIVA SUSTENTÁVEL EM UM SISTEMA DE REDE FLEXÍVEL DE EMPRESAS: O CASO DA REDE AGIVEST¹

Martin Ledermann², Lurdes Marlene Seide Froemming³. UNIJUÍ

INTRODUÇÃO: Hoje, as organizações estão cada vez mais preocupadas com a obtenção de resultados positivos para seus negócios. Uma série de fatores, tais como, concorrência, disputas por clientes, enfim, o mercado e suas peculiaridades, determinam o rumo que as organizações devem tomar para manterem-se competitivas diante de um contexto extremamente desafiador. E com a Rede Agivest não é diferente. Várias são as ações desenvolvidas por esta rede para buscar manter-se competitiva no mercado. Cita-se, por exemplo, a tentativa em buscar novos mercados, mais distantes e desconhecidos. Esta nova situação revela a necessidade de estruturação de canais de distribuição adequados e que possibilitem a obtenção de vantagem competitiva sustentável. Este projeto de pesquisa tem como objetivo principal identificar como se dá a gestão dos canais de distribuição em um sistema flexível de empresas na busca de vantagem competitiva sustentável. **MATERIAL E MÉTODOS:** A pesquisa será desenvolvida numa perspectiva quanti-qualitativa, de caráter exploratório, descritivo e interpretativo, pois visa explorar, descrever e interpretar como se dá a gestão dos canais de distribuição de 16 empresas pertencentes a um sistema de redes de cooperação, neste caso a Rede Agivest. A pesquisa possui dimensão qualitativa, pois, em alguns aspectos, não segue uma seqüência rígida de etapas, característica da pesquisa quantitativa. A pesquisa também possui dimensão quantitativa, pois se utilizará de instrumentos de coleta de dados de informações numéricas, medidas e contadas, que fornecerão resultados numéricos e estatísticos. Com relação aos procedimentos técnicos utilizados, o estudo se utilizará de pesquisas bibliográficas e do método Survey. Quanto à determinação da amostra, a mesma caracteriza-se como intencional. Já com relação à população a ser pesquisada, serão entrevistados os proprietários das 16 indústrias pertencentes à Rede Agivest, e a gestora da rede. Além disso, serão aplicados questionários com um número específico de intermediários de marketing (representantes e varejistas). **RESULTADOS:** A expectativa com relação aos resultados sustenta-se através de dois pilares: o primeiro, de cunho acadêmico, de contribuição à teoria, e o segundo de cunho pragmático, que busca auxiliar um grupo de empresas a solucionar um problema específico. Do ponto de vista acadêmico, o estudo visa contribuir para apontar a importância do pensar estratégico referente aos sistemas de distribuição em uma rede composta por micro e pequenas empresas. Já do ponto de vista prático, consiste no fato de não haver nenhum estudo anterior voltado a estratégias de distribuição para os produtos da Rede Agivest no decorrer dos seus anos de atuação no mercado. A rede não possui um sistema de distribuição definido de forma estratégica para seus produtos. **DISCUSSÃO/CONCLUSÕES:** Espera-se, através deste estudo, contribuir para demonstrar a importância do pensar estratégico relacionado aos

¹ Projeto de Dissertação de Pós-Graduação Stricto Sensu em Desenvolvimento da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Área de concentração: Gestão de Organizações e do Desenvolvimento.

² Aluno do Mestrado em Desenvolvimento da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. E-mail: mcledermann@unijui.tche.br.

³ Professora orientadora. Curso de Pós-Graduação Stricto Sensu em Desenvolvimento da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – Doutora em Marketing. E-mail: lurdesf@unijui.tche.br.



sistemas de distribuição de uma rede de empresas, possibilitando algumas conclusões que podem traduzir-se em ações propulsoras de crescimento e desenvolvimento para as empresas que compõem a rede e para as regiões nas quais as mesmas estão inseridas, pois as micro e pequenas indústrias do setor têxtil são, em conjunto com indústrias ligadas ao setor agrícola, metal-mecânico, moveleiro e construção civil, e com algumas empresas do setor de comércio e serviços, elementos importantes que contribuem fortemente para o desenvolvimento regional, tanto na geração de tributos, quanto na geração de emprego, renda e, principalmente em qualidade de vida para a população.