

145

FATORES OPERACIONAIS DE VANTAGEM COMPETITIVA NO VAREJO. *Jorge Otávio Zechlinski Vieira, Jordana Marques Kneipp, Ana Paula Nogueira e Silva, Cristiane Armendaris, Alisson Eduardo Maehler (orient.) (UFPel).*

Fatores Operacionais de Vantagem Competitiva no Varejo O comportamento das empresas em relação ao ambiente competitivo no qual elas estão inseridas está em constante mutação, o que leva estas se reformularem e buscar o fim mais adequado à suas necessidade e sua realidade. Em uma pesquisa realizada com empresas de Santa Maria – RS no setor de varejo, 81, 81% concordam totalmente que o fator aprendizagem é um fator estratégico de vantagem competitiva. Quanto à concentração das forças e recursos, 45, 45% concordam totalmente que a vantagem competitiva é importante em seu setor de atuação. A respeito da diferenciação, 63, 63% concordam totalmente que esta se apresenta um fator importante para isto. Com relação à estratégia, 71, 71% concordam totalmente que este é um fator de vantagem competitiva em seu setor de atuação. No fator foco, 81, 81% concordam totalmente que este se configura em um fator de vantagem. A respeito da localização 36, 36% concordam totalmente e outros 36, 36% concordam parcialmente na contribuição para vantagem competitiva. Com relação ao mix de produtos e sua disponibilidade, 63, 63% concordam totalmente com esta afirmação. Quanto ao posicionamento no mercado, 81, 81% concordam totalmente que este é um fator de vantagem competitiva em seu setor de atuação. Em relação ao preço 36, 36% concordam totalmente enquanto que 36, 36% concordam parcialmente que este configura-se em um fator de vantagem competitiva. Avaliando esta situação, percebe-se que é essencial os fatores de aprendizagem e foco não só a estas empresas do setor, assim como em outros ramos. A posição no mercado é considerado como um fator chave para o ramo de varejo.