

258

OS ELOS INTERNOS DA CADEIA DE VALORES DE UMA EMPRESA LOW FARE/LOW COST NO BRASIL. *Tiago Rosa da Silva, Éder Henriqson, Marcelo Perin (orient.)* (PUCRS).

O modelo *low fare / low cost*, tradicionalmente desenvolvido pela Southwest Airlines, tem se apresentado como alternativa para competir de forma eficaz em mercados cada vez mais competitivos (LAWTON, 2002). Essas empresas, em geral, estruturam seu modelo de negócio baseadas em uma eficiência operacional superior que perpassa a estruturação de sua rede de atividades, definindo um posicionamento estratégico alicerçado por vantagens que advém do conjunto de práticas realizadas e não da exclusividade de algumas apenas (PORTER, 1996). A vantagem competitiva, dessa forma, se fortalece no conjunto dos elos internos da Cadeia de Valor da empresa, definindo aspectos determinantes na competitividade e sustentabilidade do negócio (PORTER, 1989). Na realização desta pesquisa espera-se que, a partir do estudo aprofundado da estratégia e dos processos de gestão analisados, seja possível examinar a influência dos elos internos da cadeia de valor na estratégia competitiva, buscando-se: (1) identificar as atividades da cadeia de valor da empresa e relacionar os recursos e habilidades associadas e o impacto na estratégia competitiva; (2) identificar os elos existentes entre as atividades da cadeia de valor da empresa; e, (3) analisar os mecanismos de coordenação das atividades no gerenciamento dos elos. A estratégia metodológica adotada constitui-se de um estudo de caso exploratório, tendo a empresa Gol Transportes Aéreos como unidade de análise.