

REDES DE COOPERAÇÃO: A INFLUÊNCIA DAS RELAÇÕES DE COOPERAÇÃO NA COMPETITIVIDADE DE EMPRESAS

Andressa Centenaro¹, Camila Triches²

Palavras-chaves: Competitividade. Recursos Estratégicos. Redes de Empresas. Redes Interorganizacionais.

Perante o cenário atual vivido pelas organizações, com o ambiente altamente concorrencial, uma alternativa estratégica é a criação de redes de cooperação, também chamadas de redes de empresas. As redes de empresas estão associadas a um relacionamento cooperativo e recíproco entre organizações independentes. Neste sentido, uma empresa pode formar uma relação de cooperação com fornecedores, clientes, instituições governamentais, instituições de pesquisa e ensino e até mesmo com outras empresas concorrentes, ou do mesmo segmento. Neste contexto, por meio das redes de cooperação, as empresas podem trocar e/ou compartilhar recursos estratégicos, que auxiliam na sua competitividade. Entre os recursos estratégicos que podem ser compartilhados estão os recursos intangíveis, como os organizacionais, de reputação e humanos. O objetivo da pesquisa foi verificar qual a influência das relações de cooperação na competitividade das empresas associadas a redes. A pesquisa trata-se de estudo de casos múltiplos e foi aplicada por meio de entrevista semiestruturada a gestores pertencentes a três redes de cooperação: uma rede de supermercados, uma rede de materiais de construção e uma rede de farmácias, totalizando seis gestores entrevistados. As variáveis do estudo foram utilizadas para avaliar as relações de cooperação foram: cooperação e interação. Já as variáveis utilizadas para avaliar a competitividade foram: recursos humanos, recursos organizacionais e recursos relacionados a reputação. Após analisados os resultados da pesquisa, verificou-se que os gestores veem as redes de empresas como uma forma de competir no mercado. Uma das principais motivações dos gestores para participarem de uma rede de cooperação é o poder de barganha nas compras. Nesse sentido, o poder de compra revela-se maior em rede do que uma empresa individual, conseguindo ter melhores preços para oferecer aos seus clientes e assim ser competitivo diante dos concorrentes. Outro fator relevante foi a troca de informações, que auxilia os lojistas sobre compor o preço do produto, conhecimento de novos produtos ou serviços, o estoque de produtos a disposição dos lojistas, entrega rápida, treinamentos e palestras, entre outros. Assim, os gestores conseguem ser mais ágeis com as mudanças de mercado. A cooperação avaliada pela troca de conhecimento e informações, a realização de atividades conjuntas e a divisão de custos, obteve nas empresas analisadas alto nível, o que conforme relatos dos gestores auxilia muito para o crescimento de seu negócio. Todavia, alguns recursos como os organizacionais e recursos humanos são explorados apenas parcialmente pelas redes. Conforme os casos analisados, cada empresa faz sua gestão interna individualmente. Esses recursos são classificados como intangíveis e poderiam ser mais explorados pelas redes analisadas e fornecendo assim maior competitividade, pois esses recursos são difíceis de serem substituídos. Sobre o recurso de reputação, este também é explorado parcialmente pelas redes. Conforme relatos de alguns gestores, é um diferencial para sua empresa, porque para eles os clientes têm mais confiança e voltam para comprar pela empresa pertencer a determinada rede. Contudo, para outros, esse recurso não é de grande impacto. Embora os recursos estratégicos sejam acessados de forma parcial, todos os gestores veem a participação em uma rede de cooperação como um potencial de crescimento para a empresa, proporcionando maior competitividade para as mesmas.

1. Docente do curso de graduação em Administração da Faculdade Brasiliense de Educação – FABE Marau – Endereço para correspondência: Rua José Posser, 275 - Bairro Jardim do Sol - Marau – RS
E-mail: andressa.centenaro@fabemarau.edu.br
2. Graduada em Administração pela Faculdade Brasiliense de Educação – FABE Marau.