

**PRÊMIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DOM ADÉLIO TOMASIN  
(PRÊMIO SABER)**

**AValiação DAS ESTRATÉGIAS ADOTADAS POR UMA REDE DE  
COOPERAÇÃO VAREJISTA NO SERTÃO CENTRAL CEARENSE**

**THIAGO ALBERTO VIANA DE SOUSA**

Docente do Curso de Administração e Engenharia de Produção do Centro Universitário Católica de Quixadá (UNICATÓLICA) e Orientador do Grupo de Pesquisa COOPO.

E-mail: thiagoviana@unicatolicaquixada.edu.br

**JOSÉ DIEGO DE OLIVEIRA SILVA**

Discente do Curso de Engenharia de Produção do Centro Universitário Católica de Quixadá (UNICATÓLICA) e membro do Grupo de Pesquisa COOPO.

E-mail: diego.jd99@gmail.com

**ALAN RAFAEL PEREIRA RIBEIRO**

Discente do Curso de Pós-Graduação do Centro Universitário Católica de Quixadá (UNICATÓLICA) e membro do Grupo de Pesquisa COOPO.

E-mail: alanrafaelp@gmail.com

**MARIA RITA SARMENTO SÁ**

Discente do Curso de Engenharia de Produção do Centro Universitário Católica de Quixadá (UNICATÓLICA) e membro do Grupo de Pesquisa COOPO.

E-mail: mariaritasarmentos@gmail.com

**RESUMO**

Considerando a necessidade de compreender como os associados de uma rede de cooperação avaliam as estratégias adotadas pela mesma e os caminhos que devem ser trilhados para responder ao crescimento da concorrência local, o objetivo deste artigo é avaliar as estratégias e ações de cooperação varejista na região do Sertão Central, especificamente no âmbito da Associação de Mercadinhos de Quixadá e Região, Rede AMEC. Para tanto, procedeu-se a uma pesquisa descritiva de abordagem qualitativa, com a utilização de um roteiro de entrevistas estruturado junto a sete proprietários de mercadinhos. Com o auxílio do software de análise textual e lexicográfica, Iramuteq, foram criadas cinco classes para análise dos resultados, a saber: padronizações da rede, diversidade entre os associados, políticas negócios, plano de ação e ajustes e plano estratégico. A partir da análise, pode-se concluir que, atualmente, a rede atua apenas como uma central de compras e com ações visando à padronização da rede no âmbito da utilização de um encarte e de um cartão de crédito próprio. Conclui-se ainda que os associados da rede, pensam em atuar no coletivo e esperam a retomada de suas estratégias, a fim de fazer com que suas lojas cresçam e que a sua direção exerça um papel mais próximo e atuante junto aos associados.

**Palavras-chave:** Administração estratégica. Estratégia de varejo. Estratégias de cooperação. Redes de cooperação. Redes interorganizacionais.