Ana Cláudia Cabral Silva
Eduardo da Silva Barbosa
Fábio Fraga Couto
Gizelle Duarte Teixeira
Maxwell Bergamini
Paulo Cesar de Almeida
Simone Barreto Pereira
Simone Mendonça Vasconcelos

Orientadora: June Rothstein, M.Sc

O setor do varejo vem aumentando consideravelmente sua importância no panorama empresarial brasileiro, um número crescente de varejistas figuram na relação das maiores empresas do País. Conforme o setor se expande, são necessárias estratégias diferenciadas, novas tecnologias, mudanças no relacionamento com clientes e fornecedores. Neste cenário, o grande fator de diferença nas empresas é a vantagem competitiva, ou seja, o valor que se cria para o consumidor e que ultrapassa o custo, que advém do fato da empresa operar com baixo custo ou com diferenciação.

Este artigo tem por objetivo apresentar um estudo de caso de uma empresa do setor varejista brasileiro, a Casas Bahia, destacando as estratégias adotadas e os resultados obtidos, comparando a relação teoria versus prática a partir da empresa estudada. Para tanto, através de pesquisas, analisamos a evolução do setor varejista no Brasil, considerando o ambiente político, econômico e social.

Como resultado, o presente estudo revela que na empresa estudada coexistem algumas práticas que se enquadram no modelo atualmente sugerido pela evolução do setor varejista e outras adotadas por estratégias desenvolvidas pela Casas Bahia.

A evolução e estratégias do setor varejista no Brasil: Um abordagem na Casas Bahia