



REDES

Centro de Pesquisas e Estudos em Desenvolvimento Regional - CEPEDER
Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional - PPGRD

**CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS E
DESENVOLVIMENTO REGIONAL**
Estudos sobre temas atuais

EDITORA DA UNISC

ISSN 1414-7106

REDES	Santa Cruz do Sul	v.7	número especial	dez. 2002
-------	-------------------	-----	-----------------	-----------

COMISSÃO DE EDITORES

Prof^o Dr^a Adriane de Assis Lawisch
Prof. Dr. Dinizar Fermiano Becker (Editor Geral)
Prof. Dr. Marcos Artêmio Fischbom Ferreira
Prof. Dr. Inácio Helfer
Prof. Dr. Sílvio Marcus de Souza Correa

CONSELHO EDITORIAL

Área Tecno-Ambiental:

RS - Prof. Luiz Felipe Nascimento (UFRGS)
Brasil - Prof. Marcos Reigota (Universidade de Sorocaba)
Internacional - Prof. Martin Coy (Universidade de Tübingen - Alemanha)

Área Econômico-Organizacional:

RS - Prof. Pedro Silveira Bandeira (UFRGS)
Brasil - Prof. Clélio Campolina Diniz (UFMG)
Internacional - Prof. Sérgio Boisier (Consultor Internacional - Santiago do Chile)

Área Político-Institucional:

RS - Prof. Gilmar Antônio Bedin (UNIJUI)
Brasil - Prof. José Eduardo Faria (USP)
Internacional - Prof. Luis Alberto Warat (Universidade de Burgos, Barcelona e Granada - Espanha)

Área Sócio-Cultural:

RS - Prof. Nilton Bueno Fischer (UFRGS)
Brasil - Prof. Hugo Assmann (UNIMEP)
Internacional - Prof. Pierre Lévy (Université du Québec - Canadá)

INDEXAÇÃO: GeoDados. INDEXADOR de Geografia e Ciências Sociais da Fundação Universidade Estadual de Maringá, Paraná, Brasil.

* CEPEDER - Centro de Pesquisas e Estudos em Desenvolvimento Regional.

E-mail: revistaredes@ppgdr.unisc.br

Capa: André Francisco Alves

Os artigos são de responsabilidade dos respectivos autores.

Redes / Universidade de Santa Cruz do Sul. -- Vol. 7, n. especial
(dez. 2002). -- Santa Cruz do Sul : Editora da UNISC, 2002.

Quadrimestral
ISSN 1414-7106

1. Mestrado - Universidade de Santa Cruz do Sul.

CDU : 378.2(816.52)

Catálogo: Bibliotecária Mirca Silveira CRB-10/718

EDUNISC

Av. Independência, 2293

Telefone: (51) 3717 7462 - editora@unisc.br

96815-900 - Santa Cruz do Sul - RS



Reitor

Luiz Augusto Costa a Campis

Vice-Reitor

José Antônio Pastoriza Fontoura

Pró-Reitora de Graduação

Luci Elaine Krämer

Pró-Reitor de Pesquisa
e Pós-Graduação

Wilson Kniphoff da Cruz

Pró-Reitor de Administração

Vilmar Thomé

Pró-Reitora de Extensão
e Relações Comunitárias

Carmen Lúcia de Lima Helfer

EDITORA DA UNISC

Editora

Helga Haas

EDITORIAL

Com relativa frequência se observa que a produção do conhecimento nas Ciências Sociais Aplicadas, de um modo geral, e na área da Administração, em especial, é fruto da socialização de reflexões ocorridas em contextos externos, distantes e de pouca relação com a realidade regional. Mesmo considerando que a globalização aproxima e une culturas, economias e sociedades, e que o conhecimento produzido fora daqui possa ser útil aqui também, é absolutamente necessário valorizar e divulgar o resultado de pesquisas e reflexões feitas por pesquisadores e docentes locais.

Neste sentido, a Revista REDES publica nesta edição especial um conjunto de artigos produzidos por docentes e pesquisadores vinculados ao Departamento de Ciências Administrativas, da UNISC. Estes artigos podem ser divididos em dois grandes grupos: o primeiro é composto de algumas reflexões teóricas sobre conceitos e temas de fundamental importância nas Ciências Administrativas e o segundo grupo é composto por alguns artigos que apresentam considerações e resultados de pesquisas empíricas.

As reflexões sobre conceitos e temas contemporâneos abordam, por exemplo, as implicações da pós-modernidade e da semiótica sobre o comportamento do consumidor num contexto de mudanças contínuas. A autora deste texto, Professora Sibila Kraft, nos faz perceber que atualmente as pessoas (consumidores) não compram produtos somente pelo aspecto funcional, visando apenas suprir uma necessidade, mas principalmente pelo que significam, adquirindo símbolos. O texto mostra ainda que em se tratando do comportamento do consumidor, a situação é cada vez mais complexa para o profissional de marketing.

O texto do Professor Dorivaldo Brites de Oliveira e de Márcio Almeida Espíndola aborda, através de uma análise da evolução histórica, a relação da qualidade total com a responsabilidade social e ambiental das organizações produtivas, temas consolidados e emergentes na Administração. O autor conclui afirmando que nas organizações algumas declarações de princípios concernentes aos temas são bastante objetivas, enquanto outras tornaram-se uma expressão vazia de boas intenções.

Outro texto de cunho teórico, produzido a 'quatro mãos' pelos Professores Ana Cláudia Schaack, Juvir Luiz Mattuella, Jorge Lengler e Carlos Honorato Santos, aborda

a criação de valor para o cliente como alternativa competitiva no mercado de serviços. Os autores procuram demonstrar que face a competitividade crescente, a agregação de valor na prestação de serviços é o instrumento catalisador da real satisfação do cliente, sobretudo porque o mercado parece estar se organizando cada vez mais em torno dos clientes.

O valor do Marketing é posto à prova no texto produzido pela Professora Luciana Hoppe, cuja reflexão toma por base um artigo publicado na Revista Marketing Management, em 1995. Segundo a autora, quando o marketing se torna mais produtivo todos ganham, especialmente o cliente. Em outras palavras, o que se discute neste artigo é a produtividade e a eficiência do marketing.

A aplicação da ciência e tecnologia como fator de competitividade de sistemas turísticos é a proposta de Ângela Denise da Cunha Lemos, que vê na integração e parceria de estruturas de governo, universidades e empresas uma saída para o desenvolvimento e melhores condições de vida. De acordo com o autor, a harmonização dos objetivos e esforços pode tornar a indústria turística brasileira uma grande competidora internacional.

Além destes textos, que enfatizam ponderações teóricas, há um conjunto de cinco artigos que apresentam resultados concretos vinculados a projetos de pesquisa realizados pelos próprios docentes.

O Professor Ingo Paulo Kessler aborda os principais aspectos relacionados à criação e extinção de micro e pequenas empresas em Santa Cruz do Sul e busca explicitar quais variáveis determinam o sucesso ou o fracasso dessas organizações no que diz respeito à sua sobrevivência, uma vez que taxa de mortalidade que se verifica no primeiro ano de vida atinge 80% das micro e pequenas empresas no Brasil.

A imagem do profissional de marketing na região metropolitana de Porto Alegre foi objeto de pesquisa de um grupo de seis docentes vinculados à área: Luciana Hoppe, Sibila Kraft, Dalva Maria Righi Dotto, Jordana Liberali, Everson Mückenberger e Artur Vecchi. Segundo estes autores, a imagem distorcida que o marketing pode gerar em função de políticas equivocadas, pode refletir nos profissionais da área. Portanto, através de uma pesquisa de campo os autores buscaram explicitar distorções entre conceitos (ou teoria) e prática.

Outra pesquisa realizada pelas Professoras Dalva Maria Righi Dotto e Betina Ines Backes buscou identificar entre as maiores empresas de Santa Cruz do Sul as principais

estratégias atuais e futuras em relação à gestão, ou seja, analisa entre outros fatores os investimentos, a adoção de programas de qualidade, a introdução de mudanças e melhorias nos processos, nos produtos e na logística e as estratégias de ampliação de mercado, apresentando como resultado deste levantamento diversos dados que caracterizam as estratégias empresariais.

Competitividade e redes de pequenas e médias empresas do setor de varejo alimentício no Rio Grande do Sul é o tema abordado pelos Professores Dalva Maria Righi Dotto, Milton Luiz Wittmann e Ricardo Andre Machado. O assunto é de extrema relevância, uma vez que as pequenas e médias empresas desempenham um papel fundamental na economia nacional e regional.

Fechando a série de relatos de pesquisa, os docentes Luciane Wandréia Dahmer e Juvir Luiz Mattuella procuram identificar o grau de satisfação dos consumidores de uma indústria alimentícia de Santa Cruz do Sul. Trata-se de uma pesquisa aplicada, cujos resultados e análises permitem à empresa desenvolver estratégias diferenciadas de ação.

Esta coletânea de artigos só se tornou possível graças à colaboração e dedicação dos autores, que investiram tempo para registrar suas ponderações e experiências. A eles manifestamos nosso agradecimento, não apenas por propiciar este esforço coletivo, mas principalmente pela sua atuação como docentes e pesquisadores que socializam reflexões e conhecimentos.

*Dieter Rugard Siedenberg
Dinizar Fermiano Becker*



SUMÁRIO

PÓS-MODERNIDADE E SEMIÓTICA: SUAS IMPLICAÇÕES PARA O ESTUDO DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR <i>Sibila Kraft</i>	9
UMA VISÃO HOLÍSTICA DA QUALIDADE TOTAL E SUA RELAÇÃO COM A RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIEN- TAL DAS ORGANIZAÇÕES PRODUTIVAS <i>Dorivaldo Brites de Oliveira e Márcio Almeida Espíndola</i>	29
A CRIAÇÃO DE VALOR PARA O CLIENTE COMO ALTER- NATIVA COMPETITIVA NO MERCADO DE SERVIÇOS <i>Ana Cláudia Schaack, Juvir Luiz Mattuella, Jorge Lengler e Carlos Honorato Santos</i>	59
ABORDAGEM DO MARKETING SOB O PRISMA DA PRODU- TIVIDADE <i>Luciana Hoppe</i>	85
CIÊNCIA, TECNOLOGIA E OS FATORES DE COMPETITIVI- DADE NO SISTEMA DE TURISMO <i>Ângela Denise da Cunha Lemos</i>	111
CRIAÇÃO E EXTINÇÃO DA MICRO E PEQUENA EMPRESA: O CASO DE SANTA CRUZ DO SUL <i>Ingo Paulo Kessler</i>	129
A IMAGEM DO PROFISSIONAL DE MARKETING NA REGIÃO METROPOLITANA DE PORTO ALEGRE <i>Luciana Hoppe, Sibila Kraft, Dalva Maria Righi Dotto, Jordana Liberali, Everson Mückenberger e Artur Vecchi</i>	157

AÇÕES ATUAIS E FUTURAS EM RELAÇÃO A GESTÃO: UM ESTUDO DAS MAIORES EMPRESAS DE SANTA CRUZ DO SUL – RS <i>Dalva Maria Righi Dotto e Betina Inês Backes</i>	183
COMPETITIVIDADE E REDES DE PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS: UMA ABORDAGEM DO SETOR DE VAREJO ALIMENTÍCIO NO RIO GRANDE DO SUL <i>Dalva Maria Righi Dotto, Milton Luiz Wittmann e Ricardo André Machado</i>	211
IDENTIFICAÇÃO DO GRAU DE SATISFAÇÃO DOS CONSUMIDORES DE UMA INDÚSTRIA ALIMENTÍCIA DE SANTA CRUZ DO SUL E FORMULAÇÃO DE ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS <i>Luciane Vandréia Dahmer e Juvir Luiz Mattuella</i>	229