

PRETEXTO

Publicação Trimestral da
FACE/FUMEC

ISSN 1517-672 X (Revista impressa)

VOLUME XI | N 3 | JUL / SET | 2010

ISSN 1984-6983 (Revista online)



FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA

FUMEC



Presidente:

Prof. Air Rabelo

UNIVERSIDADE FUMEC

Reitor:

Prof. Antônio Tomé Loures

Vice-reitora:

Profa. Maria da Conceição Rocha

Pró-reitor de Ensino, Pesquisa e Extensão:

Prof. Eduardo Martins de Lima

Pró-reitor de Planejamento e Administração:

Prof. Roberto Uchôa Costa

FACE – FUMEC

Diretor Geral:

Prof. Ricardo José Vaz Tolentino

Diretor de Ensino:

Prof. Marco Túlio de Freitas

Diretor Administrativo-Financeiro:

Prof. Emiliano Vital de Souza

FICHA TÉCNICA

Revisão | Prof. Dr. Luiz Cláudio Vieira de Oliveira

Endereço para correspondência

FACE-FUMEC - R. Cobre, 200 | Cruzeiro | 30310-190

Belo Horizonte-MG

Site | www.fumec.br

Email | pretexto@fumec.br

REVISTA PRETEXTO

Editores: Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho
Prof. Dr. Luiz Cláudio Vieira de Oliveira
Prof. Dr. José Marcos Carvalho de Mesquita

CONSELHO EDITORIAL

Prof. Dr. Carlos Alberto Gonçalves | Universidade Fumec
Prof. Dr. José Edson Lara | Universidade Federal de Minas Gerais
Prof. Dr. Ricardo Teixeira Veiga | Universidade Federal de Minas Gerais
Profa. Dra. Suzana Braga Rodrigues | Universidade Fumec
Prof. Dr. Luiz Marcelo Antonialli | Universidade Federal de Lavras
Prof. Dr. Luiz Antônio Antunes Teixeira | Universidade Fumec
Prof. Dr. Gustavo Quiroga Souki | Universidade Fumec
Prof. Dr. Marcelo Bronzo | Universidade Federal de Minas Gerais
Profa. Dra. Zélia Miranda Kilimnik | Universidade Fumec
Prof. Dr. Jersone Tasso Moreira | Universidade Fumec
Prof. Dr. Daniel Jardim Pardini | Universidade Fumec
Prof. Dr. John Child | Universidade Fumec

MISSÃO

A Revista Pretexto, publicada trimestralmente, é uma iniciativa da FACE-FUMEC com a finalidade de publicar e disseminar pesquisas empíricas e ensaios, já finalizados ou em fase de finalização, de modo a disseminar conhecimento. Também visa a criar um debate e a contribuir para a formação de gestores e para seu desenvolvimento.

PRETEXTO, v. XI, n. 3, 2010-__ Belo Horizonte

Face-Fumec, 2010

v; ilust. 21x28 cm

Trimestral

ISSN 1517-672x

1. Administração - Periódicos. 2. Informática - Periódicos. 3. Contabilidade - Periódicos. I Face-Fumec, ed.

SUMÁRIO

EDITORIAL **7**

CARDÁPIO DOS TEMPOS E ESPAÇOS DE
UM BISTRÔ **9** Leticia Dias Fantinel; Neusa Rolita Cavedon

FERRAMENTAS GERENCIAIS À LUZ DO
DESEMPENHO ORGANIZACIONAL **34** Sabrina do Nascimento, Sandro César Bortoluzzi, Ana Lúcia Lima Coelho, Christiano Coelho, Sandra Rolim Ensslin

FATORES DETERMINANTES PARA A
CONFIGURAÇÃO DA CADEIA REVERSA DE
EMBALAGENS DE AÇO PARA BEBIDAS **58** José Carlos Lazaro Silva Filho, Mônica Cavalcanti Sá Abreu, Daniel Carneiro Lima

Discurso do Discente de administração
SOBRE UNIVERSIDADE, CURSO,
ADMINISTRAÇÃO E administrador **81** Ana Cristina Batista-dos-Santos, Emanuely Alves Pelogio, Mauro Lemuel Alexandre, Monique Fonseca Cardoso, Yákara Vasconcelos Pereira Leite

VAREJO ESTRATÉGICO: O PAPEL DA
COMUNICAÇÃO INTEGRADA **102** Oberdan Teles da Silva, Cristiano Fasoli, Tiago Zardin Patias, Maria Emília Camargo

EDITORIAL

Caros leitores

Com o objetivo de desvendar aspectos da cultura organizacional de um restaurante, compreendendo sua dimensão simbólica através de representações de espaço e tempo, Letícia Dias Fantinel e Neusa Rolita Cavedon utilizaram aportes teóricos da Antropologia e outras Ciências Humanas. O método etnográfico foi utilizado na identificação das representações que circulam no espaço do restaurante. Foram identificadas as representações de tempo e espaço elaboradas por funcionários, clientes e administradores da organização, e desvendadas as homogeneidades e heterogeneidades da cultura organizacional presente na empresa, sob a perspectiva das representações encontradas. Os resultados evidenciaram as heterogeneidades e homogeneidades presentes no espaço, sendo possível, através de tais dados, relacionar o Bistrô ao conceito de não-lugar.

O segundo artigo, de autoria de Sabrina do Nascimento, Sandro César Bortoluzzi, Ana Lúcia Lima Coelho, Christiano Coelho e Sandra Rolim Ensslin, buscou analisar o conteúdo dos artigos científicos, segundo as ferramentas gerenciais – propostas e/ou aplicadas, que abordam a avaliação do desempenho organizacional, publicados em periódicos nacionais no período de

2000 a 2008, sendo a amostra composta por 265 artigos científicos que abordam a avaliação de desempenho organizacional. Na metodologia, optou-se pela pesquisa descritiva realizada por meio de um estudo bibliométrico, análise documental, com abordagem quantitativa e qualitativa dos dados. Os autores concluíram que: (i) a ferramenta *Data Envelopment Analysis (DEA)* é a mais utilizada em estudos de caso, seguida pelo *Balanced Scorecard (BSC)* (ii) gestão, econômico-financeiro e recursos humanos são os principais enfoques dos trabalhos estudados; (iii) as principais abordagens utilizadas são multicritérios; (iv) a maioria dos artigos não apresentam conceito de avaliação de desempenho; (v) aproximadamente metade dos artigos apresentam divergência entre o objetivo da avaliação e a ferramenta escolhida.

José Carlos Lazaro Silva Filho, Mônica Cavalcanti Sá Abreu e Daniel Carneiro Lima são os autores do terceiro trabalho, que identifica e analisa a formação da cadeia reversa de embalagens de aço para bebidas. Utilizando o modelo de Delmas e Toffel (2004) para a identificação e configuração das pressões institucionais das partes interessadas e suas influências nas práticas de gestão ambiental, foram entrevistadas as empresas chaves participantes da cadeia, que incluem a fabricante de embalagens de aço, a empresa envasadora de bebidas e a recicladora das embalagens de aço, usando uma abordagem qualitativa. Como resultado,

o trabalho apresenta o desenho da cadeia direta e reversa da embalagem de aço e as pressões dos *stakeholders* nas estratégias ambientais das empresas entrevistadas.

Ana Cristina Batista-dos-Santos, Emanuely Alves Pelogio, Mauro Lemuel Alexandre, Monique Fonseca Cardoso e Yákara Vasconcelos Pereira Leite, desenvolveram pesquisa com o objetivo de compreender as representações de universidade, curso, Administração e administrador, de graduandos em Administração – iniciantes e concluintes – de duas universidades públicas federais de um estado do nordeste brasileiro. Dentre os resultados, destacam-se algumas dimensões. Quanto à universidade, as mais recorrentes são: inserção no mercado, crescimento, gratuidade, status, independência, entre outras. Sobre o curso de Administração, fala-se sobre vocação, conveniência, curso generalista, curso complementar, curso substituto e, ainda, curso voltado para a prática. No tocante às representações de Administração, predominam: ciência, arte, mediação, pragmatismo, senso comum e adiamento. Sobre o administrador, há um silêncio discursivo, emergindo em seu lugar: o professor, o empreendedor e o servidor público. Os resultados autorizam afirmar que ainda é necessário refletir sobre a natureza e o papel da Administração na sociedade.

No último artigo desta edição, Oberdan Teles da Silva, Cristiano Fasoli, Tiago Zardin Patias e Maria Emília Camargo verificaram como uma rede de

lojas com sede do nordeste do Rio Grande do Sul pode ampliar suas estratégias de comunicação, com a identificação das expectativas dos clientes e posterior redefinição das estratégias. Evidenciou-se que os clientes valorizam na propaganda a criatividade, objetividade e clareza. Na venda pessoal, a confiabilidade, a simpatia, as informações sobre produto e pagamento são indicadores de valor no processo de comunicação. Em termos de promoção de vendas os clientes valorizam as condições de pagamento e incentivos da loja. Já no *merchandising* os clientes demandam funcionários uniformizados, limpeza, iluminação e exposição de produtos e preços. Entretanto, revelaram-se aspectos negativos que fazem parte do composto comunicacional como a exigência de encarte com maior quantidade de páginas e produtos. O estudo apontou ainda a necessidade de realizações de promoções de venda com dias coincidentes ao recebimento de salários, atendimento especial e descontos nas compras à vista.

Façam uma boa leitura,

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Prof. Dr. Luiz Cláudio Veira de Oliveira

Prof. Dr. José Marcos Carvalho de Mesquita

Universidade FUMEC