

PRETEXTO

Publicação Trimestral da
FACE/FUMEC

ISSN 1517-672 X (Revista impressa)

VOLUME XII | N 3 | JUL /SET | 2011

ISSN 1984-6983 (Revista online)



FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA
FUMEC



Presidente:

Prof. Tiago Fantini Magalhães

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. Alexandre Teixeira Dias

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. XII, n. 3, 2011- _ Belo Horizonte

Face-Fumec, 2011

v; ilust. 21x28 cm

Trimestral

ISSN 1517-672x

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

SUMÁRIO

EDITORIAL 7

ESTRUTURA DE PREFERÊNCIAS DOS
CONSUMIDORES DE BAIXA RENDA

9

Alana Martina de Sousa Pfeiffer, Eliane
Cristine Francisco Maffezzolli

O SURGIMENTO DA ESCOLA DE
PENSAMENTO DO MARKETING DE
RELACIONAMENTO E SEUS
FUNDAMENTOS

29

Lívia Lopes Barakat, José Edson Lara, Marlusa
Gosling

EMPREENDEDORISMO E RACIONALIDADE

47

Euler Alves Brandão, Geraldo Magela
Rodrigues Vasconcelos, Reynaldo Maia Muniz

TRABALHO EM GRUPO EM ORGANIZAÇÕES
PRESTADORAS DE SERVIÇO: REFLEXÕES
SOBRE ESTRATÉGIAS ORGANIZACIONAIS

67

Ubiratã Tortato, Cíntia de Souza Batista
Tortato

A ÁREA DE RECURSOS HUMANOS E O
INTERESSE PROFISSIONAL DOS
ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO

80

Francisco José da Costa, Francisco Roberto
Pinto, Leonel Gois Lima Oliveira

EDITORIAL

Prezados leitores

Alana Martina de Sousa Pfeiffer e Eliane Cristine Francisco Maffezzolli são as autoras do primeiro artigo apresentado neste número e que teve por objetivo identificar a formação das preferências declaradas da população de baixa renda com uso de análise conjunta no exemplo da compra de televisores, bem como reconhecer as principais fontes de informação e motivos de satisfação e insatisfação no ato da compra. Os resultados obtidos mostram que a população de baixa renda analisada, em geral, atribui maior importância à forma de pagamento e à qualidade do produto indicado pelo prestígio da marca. No entanto, há diferenças na estrutura de preferências entre os sexos, fato que sugere o desenvolvimento de estratégias de marketing diferenciadas, tendo em vista que as expectativas e a estrutura cognitiva são particulares a cada perfil de público.

Lívia Lopes Barakat, José Edson Lara e Marlusa Gosling discutem, no segundo artigo, o surgimento do Marketing de Relacionamento como escola de pensamento do Marketing, após a década de 70. Primeiramente, foi realizada uma revisão das principais escolas de marketing e, considerando as influências de algumas dessas escolas sobre o Marketing de Relacionamento,

foi elaborado um resgate de seu surgimento, com a revisão de seus principais precursores e classificando-os nos critérios de interativo/não-interativo e econômico/não-econômico. Por fim, o artigo pretende responder às seguintes perguntas: O Marketing de Relacionamento pode ser considerado hoje como escola proeminente no pensamento de marketing? É possível chegar a uma teoria geral para o MR? A objetividade nas pesquisas de MR é desejável/possível? A análise desses questionamentos foi construída com base na discussão de correntes filosóficas do conhecimento científico que constituem fundamento epistemológico para o desenvolvimento de pesquisas da área.

Euler Alves Brandão, Geraldo Magela Rodrigues Vasconcelos e Reynaldo Maia Muniz discutem o fenômeno do empreendedorismo, que tem sido tema relevante na ciência econômica, com repercussão em outras ciências, que procuram esclarecer qual efetivamente o papel desempenhado pelo empreendedor no desenvolvimento social. Os estudos procuram esclarecer como este indivíduo opera a partir do ponto de vista da criação de negócios, da identificação de oportunidades e da busca do lucro, e também do ponto de vista pessoal, em termos de processo de decisão e de escolhas, e seus mecanismos. Este artigo apresenta uma breve discussão dos motivos que levaram os autores neoclássicos a “abandonarem” a figura do empreendedor, o que transformou-se no

principal debate entre os neoclássicos e seus críticos, especialmente Schumpeter. Posteriormente, destaca o contexto decisório em que o empreendedor opera, tanto do ponto de vista pessoal, quanto do ambiente em que trabalha. Finalizando, discute a questão da racionalidade nesse processo, apresentando as considerações finais e questões para discussão e estudo.

Ubiratã Tortato e Cíntia de Souza Batista Tortato verificaram a relação entre estratégia corporativa e estratégia de Recursos Humanos em serviços tendo como foco o trabalho em grupo. Para tanto foi realizada revisão de literatura sobre os temas abordados. Da revisão resulta que o trabalho em grupo pode favorecer a implantação de estratégia orientada a serviços ressaltadas as diferenças situacionais de cada empresa. Serão abordados alguns aspectos históricos da reestruturação produtiva a fim de resgatar a lógica que acompanhou a inserção das técnicas do chamado modelo japonês na realidade brasileira e dentre elas será enfocada a modalidade das células de produção como exemplo de trabalho em grupo. O artigo identifica que a implantação do trabalho em grupo nas áreas produtivas das empresas foi feita de forma parcial e que o mesmo pode vir a ocorrer na prestação de serviços.

No quinto artigo, de autoria de Francisco José da Costa, Francisco Roberto Pinto e Leonel Gois Lima Oliveira, é analisado o interesse de estudantes de cursos de Administração pela área de Recursos Humanos. Foi

desenvolvido um estudo de campo, com dados coletados junto a 131 estudantes, nas cidades de Curitiba, Fortaleza e Juazeiro do Norte. Os dados foram avaliados por meio de análise descritiva e das técnicas de análise de regressão e análise de *cluster*. Verificou-se especialmente que: (1) os estudantes possuem um nível intermediário de interesse pela área de Recursos humanos; (2) este interesse é consistentemente influenciado pelos seguintes fatores: interesse em uma carreira na área, percepção de impacto da disciplina, domínio de habilidades gerenciais e percepção de necessidade da área no curso; (3) identificaram-se três grupos de estudantes: avessos, interessados e entusiastas. Apesar das limitações do estudo, acredita-se que este possa servir de apoio para o desenvolvimento de ações de formação de futuros profissionais de Administração e também de apoio para outros estudos semelhantes.

Façam uma boa leitura,

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Prof. Dr. Luiz Cláudio Veira de Oliveira

Prof. Dr. Alexandre Teixeira Dias

Universidade FUMEC