

## **MISSÃO**

A Revista ALCANCE tem como missão disseminar e fomentar trabalhos de pesquisa, sejam teóricos ou teórico-empíricos, que agreguem valor às atividades de acadêmicos e praticantes da Administração e áreas afins.

**Reitor**

Prof. Dr. Mário César dos Santos  
**Vice-Reitora**

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Amândia Maria de Borba  
**Procurador Geral**

Wilson Sandrini Filho, MSc.  
**Secretário Executivo**

Prof. Mércio Jacobsen, MSc.  
**Pró-Reitora de Ensino**

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Cássia Ferri  
**Pró-Reitor de Pesquisa, Pós-Graduação,  
Extensão e Cultura**  
Prof. Dr. Valdir Cechinel Filho

**Editores da Revista Alcance**

Prof<sup>ª</sup>. Elaine Ferreira, Dr<sup>ª</sup>.  
Prof. Sidnei Vieira Marinho, Dr.

**Apoio**

Caroline de Aquino Rosa

**Coordenador da Editora**

Prof. Dr. Rogério Corrêa  
**Assistente Administrativo**  
Daniella Haendchen Santos  
**Assistente de Marketing**  
Tiago Moser Nunes

**Revisão**

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Ana Cláudia Reiser de Melo  
Prof. Priscilla Neves Scopel, MSc.

**Produção Gráfica e Diagramação**

Francine Lucatelli Teixeira  
Rogério Marcos Lenzi  
**Livraria Universitária**  
Juliana Provesi

Miriam Teresinha de Mello do Amaral

**Tradução**

Prof<sup>ª</sup>. Fiona Oliver Robson, MSc.  
Prof<sup>ª</sup>. Cynthia C. E. Philipps, MSc.  
Prof. Daniel Paglialunga, MSc. (NELLE) - Espanhol

**Conselho Editorial da Revista Alcance**

Prof<sup>ª</sup>. Ana Augusta Ferreira de Freitas, Dr<sup>ª</sup>.  
Universidade Estadual do Ceará - CE (UECE).

Prof<sup>ª</sup>. Anete Alberton, Dr<sup>ª</sup>.  
Universidade do Vale do Itajaí - SC (UNIVALI).

Prof. Carlos Ricardo Rossetto, Dr. (Presidente)  
Universidade do Vale do Itajaí - SC (UNIVALI).

Prof. Clóvis L. Machado-da-Silva, Dr.  
Fundação Getúlio Vargas - RJ (FGV).

Prof. Eduardo Damião da Silva, Dr.  
Pontifícia Universidade Católica - PR (PUC/PR).

Prof<sup>ª</sup>. Eloise Helena Livramento Dellagnelo, Dr<sup>ª</sup>.  
Universidade Federal de Santa Catarina - SC (UFSC).

Prof. Fernando Antonio Prado Gimenez, Dr.  
Pontifícia Universidade Católica - PR (PUC/PR).

Prof. Filippo Carlo Wezel, Dr.  
Universidade de Bolonha - Itália.

Prof. Francesc Xavier Molina Morales, Dr.  
Universidade Jaume I - Espanha.

Prof. Gelson Silva Junquillo, Dr.  
Universidade Federal do Espírito Santo - ES (UFES).

Prof. José de Paula Barros Neto, Dr.  
Universidade Federal do Ceará - CE (UFC).

Prof. Marcelo Milano Falcão Vieira, Dr.  
Fundação Getúlio Vargas - RJ (FGV).

Prof<sup>ª</sup>. Maria José Barbosa de Souza, Dr<sup>ª</sup>.  
Universidade do Vale do Itajaí - SC (UNIVALI).

Prof. Mauricio Serva, Dr.  
Universidade Federal de Santa Catarina - SC (UFSC).

Prof. Newton Carneiro Affonso da Costa Jr., Dr.  
Universidade Federal de Santa Catarina - (UFSC).

Prof. Paulo dos Santos Pires, Dr.  
Universidade do Vale do Itajaí - SC (UNIVALI).

Prof<sup>ª</sup>. Rosilene Marcon, Dr<sup>ª</sup>.  
Universidade do Vale do Itajaí - SC (UNIVALI).

Prof. Sérgio Luís Boeira, Dr.  
Universidade do Vale do Itajaí - SC (UNIVALI).

Prof. Valmir Emil Hoffmann, Dr.  
Universidade de Brasília (UNB).

Prof. Vicente Salas Fumás, Dr.  
Universidade de Saragoça - Espanha.

Prof. Walter Fernando Araújo de Moraes, Dr.  
Universidade Federal de Pernambuco - PE (UFPE).

A16 Alcance. [recurso eletrônico]. – Vol. 17, n.º.1 (Jan./Mar. 2010) - [Itajaí] :  
Editora da Universidade do Vale do Itajaí, 1994-

98 p.  
Quadrimestral  
A partir de set/2008 a publicação passou a ser eletrônica e tem  
acesso livre no Portal do Periódico UNIVALI ([www.univali.br/periodicos](http://www.univali.br/periodicos))  
Textos em português, inglês e espanhol.  
Inclui referências.  
Editores: Elaine Ferreira e Sidnei Vieira Marinho.  
Revista da Universidade do Vale do Itajaí, Programa de Pós-  
Graduação em Administração.  
ISSN 1983-716X

1. Administração - Periódicos. I. Revista da Universidade do Vale do  
Itajaí, Programa de Pós-Graduação em Administração. II. Título.

CDU: 658(05)

Editorial	05
	Elaine Ferreira Sidnei Vieira Marinho

## ARTIGOS

VoIP: Inovação Disruptiva no Mercado de Telefonia Corporativa <i>VoIP: Disruptive Innovation in the Corporate Telephone Market</i> <i>VoIP: Innovación Disruptiva en el Mercado de Telefonía Corporativa</i>	07
	João Armênio Neto Alexandre Reis Graeml

Papéis organizacionais: o que a pragmática da linguagem nos leva a pensar <i>Organizational roles: what pragmatics leads us to think</i> <i>Roles organizacionales: lo que la pragmática del lenguaje nos lleva a pensar</i>	22
	José Bezerra Honório Pedro Lincoln Carneiro Leão de Mattos

Responsabilidade socioambiental e integração: o caso Cargill agrícola S/A - complexo industrial de Uberlândia – MG <i>Socio-environmental responsibility and integration: the case of cargill agrícola S/A – industrial unit of Uberlandia - MG</i> <i>Responsabilidad socioambiental e integración: el caso Cargill agrícola S/A - complejo industrial de Uberlândia – MG</i>	34
	Valdir Machado Valadão Júnior Anna Carolina Moreira de Oliveira

Contribuição de um sistema de gerenciamento de relacionamentos com clientes (CRM) nos resultados financeiros: estudo de caso na indústria farmacêutica Z. <i>Contribution of a customer relationship management (CRM) system to financial results: a case study in a company in the pharmaceutical industry</i> <i>Contribución de un sistema de gerenciamento de relacionamiento con clientes (CRM) en los resultados financieros: estudio de caso en la industria farmacéutica</i>	48
	Pettersen Nakazato Luís Moretto Neto Valentina Gomes Haensel Schmitt

Estímulos olfativos influenciam decisões de compra? Um experimento em varejo de alimentos

*Do olfactive stimuli influence buying decisions? An experiment in the food retail sector*

*¿los estímulos olfativos influyen sobre las decisiones de compra? Un experimento en el sector minorista de alimentos*

.....58

Maruza Vieira Barboza

Juliana Vieira Corrêa Carneiro

Danielle Miranda de Oliveira Arruda

Francisco Mozart Cavalcante Rolim

Identificação de conceitos, significado e atributos dos produtos de luxo no mercado de roupas e acessórios

*Identification of concepts, meaning and attributes of the luxury clothing and accessories market*

*Identificación de conceptos, significado y atributos de los productos de lujo en el mercado de ropa y accesorios*

.....73

Luciana Pianaro

Reynaldo Cavalheiro Marcondes

Antecedentes e resultados de um projeto de capacitação de fornecedores sob a ótica das relações interorganizacionais

*Background and results of a project for supplier training from a perspective of interorganizational relations*

*Antecedentes y resultados de un proyecto de capacitación de proveedores bajo la óptica de las relaciones interorganizacionales*

.....84

Vilmar Antonio Gonçalves Tondolo

Daniel Pedro Puffal

# EDITORIAL

Caros leitores,

Neste primeiro número do ano de 2010 a Revista Alcance apresenta sete artigos, que tratam dos temas: marcas de luxo, teoria dos papéis nas organizações, responsabilidade socioambiental, uso da tecnologia VoIP, formação de redes interorganizacionais para capacitação de fornecedores, fatores influenciadores na decisão de compra, e sistema de gerenciamento de relacionamentos com clientes.

O primeiro artigo, de Luciana Pianaro e Reynaldo Cavalheiro Marcondes, intitulado “Identificação de Conceitos, Significado e Atributos dos Produtos de Luxo no Mercado de Roupas e Acessórios” tem por objetivo a identificação dos conceitos, do significado e dos atributos de produtos de luxo que orientam as decisões estratégicas neste segmento. Os autores apresentam uma pesquisa de natureza exploratória qualitativa, que através de uma amostra não probabilística composta por sete executivos de marketing de marcas de luxo obtiveram como resultado que os principais conceitos são: produtos que possuem uma marca forte, exclusividade para poucos, produtos de *design*, qualidade excelente, tradição da marca, sofisticação, distribuição seletiva e alta desejabilidade.

A seguir, no artigo “Papéis Organizacionais: o que a Pragmática da Linguagem nos leva a pensar”, José Bezerra Honório e Pedro Lincoln Carneiro Leão de Mattos, por meio de um ensaio teórico, sugerem uma nova reflexão sobre o modelo de Katz e Kahn (1987) de adoção de papéis nas organizações e a Teoria dos Atos de Fala elaborada por Agustín, em 1990. Os autores, após uma análise, destacam que “a consideração da linguagem constitui saudável complicador à adoção de papéis nas organizações, ao revelar que a expectativa de papel só se completa na ação lingüística que é imprecisa e cujos significados são circunstanciais”.

No terceiro artigo, “Responsabilidade Socioambiental e Integração: o caso Cargill Agrícola S/A - Complexo Industrial de Uberlândia – MG”, Valdir Machado Valadão Júnior e Anna Carolina Moreira de Oliveira, através de um estudo de caso, buscaram verificar se a gestão socioambiental é um valor incorporado na empresa estudada. Apresentam como resultados alguns projetos e práticas organizacionais relacionadas com a gestão socioambiental e concluem que a apesar de não ser compartilhadas com todos os envolvidos a empresa possui algumas práticas de gestão socioambiental consistentes.

João Armênio Neto e Alexandre Reis Graeml, em “VoIP: Inovação Disruptiva no Mercado de Telefonia Corporativa”, apresentam a aplicabilidade do modelo de inovação disruptiva proposto por Christensen (2000). Com o objetivo de explorar o efeito da introdução da tecnologia disruptiva VoIP sobre o mercado corporativo de telefonia, os autores usaram fontes secundárias para compreender esse efeito. Foram avaliados artigos, notícias, *white papers* e relatórios disponibilizados na mídia especializada. As informações provêm de pesquisas através de ferramentas de busca na Internet, como Google (Google Web e Google Scholar) e ProQuest. Concluem afirmando que “a partir de dado momento, o produto passou a suprir também as demandas dos clientes mais exigentes, que passaram a ser atendidos com soluções baseadas na nova tecnologia”.

O quinto artigo “Antecedentes e Resultados de um Projeto de Capacitação de Fornecedores sob a Ótica das Relações Interorganizacionais”, de Vilmar Antonio Gonçalves Tondolo e Daniel Pedro Puffal, teve como objetivo identificar as motivações e os resultados dos fornecedores e das empresas âncoras na participação de um projeto de capacitação empresarial. Os autores na revisão teórica apresentam as definições de relação interorganizacional (RIO) e de redes interorganizacionais (RI) adotadas nesta pesquisa, as Condicionantes das RIO's, os antecedentes e resultados das RI, a Visão Baseada em Recursos (VBR) e Visão Relacional (VR). A pesquisa foi caracterizada como um estudo de caso exploratório com abordagem qualitativa, em que o objeto de pesquisa foi um programa de capacitação empresarial analisado como um tipo de relação interorganizacional (RIO). A coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas semi-estruturadas com gestores de empresas envolvidas no projeto de capacitação em questão. Concluem que foi possível identificar como principais motivações - eficiência e legitimidade. Como principal resultado coletivo os autores apontam a troca de experiências e como barreira central na relação formada pelas empresas participantes, a restrição em informações.

O artigo de Maruza Vieira Barboza, Juliana Vieira Corrêa Carneiro, Danielle Miranda de Oliveira Arruda e Francisco Mozart Cavalcante Rolim intitulado “Estímulos olfativos influenciam decisões de compra? um Experimento em Varejo de Alimentos” se propôs a verificar a efeito que o aroma exerce no comportamento do consumidor. No artigo os autores realizaram sua pesquisa numa panificadora localizada em bairro de classe média alta, de uma capital brasileira de médio porte, através de um levantamento (*survey*). A coleta de dados ocorreu com o uso de questionários e na análise dos dados foram usadas técnicas estatísticas. Como principal resultado, os autores constataram que o aroma impactou no volume de vendas do estabelecimento, com um incremento no faturamento de 12%, ou seja, os estímulos olfativos contribuem para o aumento das vendas no varejo de alimentos.

O último artigo deste número, mas não menos importante, denominado “Contribuição de um Sistema de Gerenciamento de Relacionamentos com Clientes (CRM) nos Resultados Financeiros: Estudo de Caso na Indústria Farmacêutica Z” é de autoria de Petersen Nakazato, Luís Moretto Neto e Valentina Gomes Haensel Schmitt. Os autores analisaram a percepção de todos os membros da força de vendas da unidade com relação ao CRM da indústria escolhida. A coleta dos dados foi realizada com auxílio de questionários encaminhados via Internet para os respondentes e de análise documental. Na análise dos dados os autores usaram ferramentas de estatística descritiva. Concluem que o sistema de gerenciamento de relacionamentos com clientes analisado apresenta as características necessárias para atender plenamente as necessidades da empresa, bem como tem como principal vantagem significativa o compartilhamento efetivo de informações entre todos os departamentos da empresa.

Desejamos que os artigos aqui publicados auxiliem nossos leitores em suas pesquisas científicas.

Elaine Ferreira  
Sidnei Vieira Marinho  
Editores da Revista Alcance