

## **Prêmio Distinção Empresarial: a importância do posicionamento competitivo**

Victória da Luz Frantz<sup>1</sup>, Bruna Souza Jaeger<sup>2</sup>, Ingrid Farias Souza<sup>3</sup>, João Henrique Costa<sup>4</sup>.

### **Resumo**

O Prêmio Distinção Empresarial é o resultado de uma iniciativa da ACIBA - Associação Comercial e Industrial de Bagé/RS, em parceria com a Urcamp – Universidade da Região da Campanha e Consultoria Jr., cujo objetivo é combater o comércio de pesquisas sem cunho científico realizado por empresas de fora que visavam apenas comercialização de títulos e prêmios às empresas de Bagé. Diante deste fato, a Consultoria Jr. – URCAMP passa a ser responsável pela realização de uma pesquisa de opinião pública de caráter científico que permitisse verificar o real posicionamento das empresas industriais, comerciais, prestadoras de serviços e de profissionais liberais da cidade de Bagé, perante o público consumidor da cidade. Esta pesquisa consiste basicamente em oferecer ao empresário uma ferramenta confiável para a gestão de seus negócios.

Atualmente o Prêmio Distinção Empresarial, que teve sua primeira edição em 2002, é considerado um dos maiores eventos da comunidade empresarial da cidade de Bagé que anualmente reúne mais de 500 pessoas para agradecer os empresários que tiveram o melhor posicionamento no mercado, apontados pela pesquisa realizada pela Consultoria Jr. – URCAMP, junto ao público consumidor.

Acadêmico do curso de Administração, Urcamp, victoriarafrantz@hotmail.com  
Acadêmico do curso de Administração, Urcamp, brunajaeger98@gmail.com  
Acadêmico do curso de Administração, Urcamp, ynggridfarias@hotmail.com  
Professor do curso de Administração, Urcamp, jhcosta53@hotmail.com

**Palavras-chave:** Empresas; pesquisa; posicionamento

## **Introdução**

O Prêmio Distinção Empresarial surgiu da necessidade de criar um instrumento capaz de dar credibilidade aos empresários diante de uma oferta de títulos e prêmios que eram oferecidos por empresas de fora, sem caráter científico que era concedido aos empresários da cidade. A partir daí, surge uma parceria com a Universidade da Região da Campanha, que através da Consultoria Jr. passa a realizar um trabalho de pesquisa de opinião, cujo projeto foi desenvolvido por professores e acadêmicos da instituição, dando assim um caráter científico ao mesmo. É um dos mais importantes eventos da classe empresarial da cidade de Bagé, que reúne anualmente cerca de 500 convidados para uma noite de premiações. A partir do Distinção Empresarial, os empresários locais passam a contar com um instrumento confiável para a gestão, tomada de decisões e alinhamento estratégico.

Anualmente a Consultoria Jr. promove uma mobilização que se inicia pela seleção de acadêmicos para compor o grupo que desenvolverá o trabalho de pesquisa, que é seguido de uma capacitação da equipe, revisão dos segmentos, atualização da amostra e dos bairros a serem visitados.

O instrumento de pesquisa é composto por dados demográficos, segmentos a serem pesquisados e os quesitos a serem coletados. Após a coleta de dados é feita digitação em software SPHINX, que permite a apresentação de um relatório final completo e seguro sobre o posicionamento das empresas em seus respectivos segmentos, originando assim o Prêmio Distinção Empresarial do ano.

## **Metodologia**

O delineamento da pesquisa é o desenho ou estratégia de pesquisa. Consiste em tornar o problema exequível de modo que venha a produzir respostas específicas às questões do estudo, delimitando quem vai ser pesquisado e quais questões serão levantadas.

Na pesquisa descritiva se identificará e analisará o posicionamento das empresas industriais, comerciais, prestadoras de serviços e de profissionais liberais na cidade de Bagé-RS, perante o público consumidor. O projeto é composto por uma unidade de análise que são os consumidores do mercado Bajeense. Os dados são estruturados a partir de software específico e os resultados apurados são apresentados pela empresa contratante.

## **Resultados e Discussão**

A elaboração e execução desse projeto pela Urcamp/Consultoria Jr, possibilitou o monitoramento do número de empresas mais lembradas e o respectivo posicionamento dentro de cada segmento, informações estas que possibilitam aos empreendedores rever suas estratégias diante de um consumidor cada dia mais exigente e um mercado mais competitivo.

O interesse dos empresários pelo assunto também mudou, segundo a ACIBA, a procura pela entidade, por parte dos empresários, fez com que muitos passassem a participar mais pela credibilidade de suas ações. As agências de propaganda e publicidade e empresas de consultoria também foram contempladas pela demanda de serviços resultantes da pesquisa.

O projeto também se ocupou em estreitar relacionamento entre a universidade e a comunidade empresarial da região. Outro efeito positivo dessa atividade de ensino-extensão foi à utilização dos conhecimentos produzidos

através das experiências vividas por alunos e professores que foram inspiradoras para realização de pesquisas em nível de graduação.

### **Conclusão**

São notórios benefícios que o Prêmio Distinção Empresarial trouxe para a comunidade da cidade de Bagé. Não é de agora que as organizações se preocupam com a imagem que produzem no mercado, este posicionamento tem o poder de mobilizar a estrutura da empresa na busca da melhor estratégia de busca, conquista e retenção de clientes. O papel fundamental que o Distinção Empresarial trouxe para o ambiente empreendedor foi à qualidade e a credibilidade das informações disponibilizadas aos empresários para a tomada de decisões diante de tantos desafios que lhes são impostos no dia a dia. Importante tem sido nesse processo a participação da Urcamp, que através da Consultoria Jr., alunos e professores têm buscado a melhor forma de realizar este trabalho ano pós ano, trazendo para dentro das salas de aula o conhecimento e as experiências adquiridas com esse trabalho que já faz parte da história das instituições envolvidas.

### **Referências**

- AGUZZI, G. Um prêmio para confirmar o caminho certo. Revista Distinção Empresarial, 2014.
- Paul W. Farris. et al. Métricas de Marketing. Porto Alegre: Bookman, 2007.