

249

**O MARKETING DE RELACIONAMENTO COMO INSTRUMENTO DE DIFERENCIAL COMPETITIVO NA GESTÃO DE CONDOMÍNIOS DE EMPRESAS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO NA SERRA GAÚCHA.**

*Caroline Pavan Pigozzi, Maria Emília Camargo, Guilherme Cunha Malafaia, Marcelo Machado Barbosa Pinto (orient.)* (DCSC, CAMVA, UCS).

Este estudo tem como objetivo identificar as vantagens competitivas oriundas do Marketing de Relacionamento no ambiente dos condomínios de empresas. A identificação de atributos responsáveis pelo relacionamento entre os agentes de incubação e suas implicações na seara da competitividade norteiam esta pesquisa. A observação de fenômenos que possibilitam o diferencial competitivo é de fundamental importância para o aprimoramento da gestão estratégica dos agentes que criam e desenvolvem produtos, serviços e empresas em nossa região. Por intermédio de um estudo de natureza qualitativa procura-se identificar fenômenos que serão descritos e que se relacionam a estratégias empresarias que objetivam ganhos de competitividade. Como resultados parciais da pesquisa identificou-se alguns atributos de relacionamento presentes na incubadora empresarial do Caxias do Sul –ITEC, são eles: a) capacidade de percepção de mercado; b) suporte jurídico nas atividades desempenhadas; c) tutoria (acompanhamento de tarefas); d) facilidade de acesso a crédito e e) divulgação de produto/serviço. Paralelamente a pesquisa de campo está sendo realizada uma revisão de bibliografia, com enfoque específico no Marketing de Relacionamento e na Visão Estratégica de Novos Negócios com o propósito de contextualizar os resultados e fornecer indicadores de competitividade no setor de criação e desenvolvimento de novos produtos. Identificando-se os atributos responsáveis pela criação e manutenção de relacionamentos e associando-os a indicadores de competitividade espera-se contribuir para a elaboração de políticas que contribuam para o gerenciamento de capital destinado a investimentos neste setor considerado vital para o desenvolvimento da região da serra. (FAPERGS/IC).