

# EDITORIAL

Caros leitores,

Apresentamos o segundo número de 2012 com artigos com uma diversidade de temas: comportamento do consumidor, marketing internacional, logística reversa, modelo Fleuriet, produção mais limpa, conexões políticas, caso de ensino sobre estratégia de diferenciação.

“A Influência de Estilos Musicais em Consumidores de Loja Popular” de Denise Ferreira Maciel, Silvio Cesar Rodrigues, Danielle Arruda Gomes e José Mauricio Galli Geleilate busca investigar a influência da variação do estímulo sonoro sobre o consumidor em uma loja de moda popular em uma capital do Nordeste brasileiro. Os resultados mostram diferenças significativas entre os efeitos dos estímulos sonoros sobre homens e mulheres, sendo que estas se mostraram mais sensíveis à mudança no gênero musical. O gênero musical “Forró” apresentou os melhores resultados no que diz respeito à percepção de tempo permanecido na loja e na probabilidade de retorno, para ambos os sexos.

O artigo “Características da firma, marketing internacional e desempenho exportador: um *survey* com exportadoras mineiras” de Magno Luiz Coelho de Moura e Luiz Carlos Honório procura identificar preditores internos e externos à firma que influenciam as estratégias de marketing internacional e o desempenho exportador, tendo em vista o modelo teórico-empírico de Cavusgil e Zou (1994). Os resultados evidenciam que o comprometimento foi o preditor interno que mais influenciou as estratégias de marketing internacional. A experiência, outro preditor interno, afetou a estratégia de marketing associada ao suporte ao distribuidor estrangeiro, enquanto que a especificidade cultural do produto influenciou as estratégias associadas à adaptação da promoção e ao suporte à distribuição. O grau de intensividade tecnológica do setor foi o preditor externo que mais influenciou as estratégias de marketing relacionadas à adaptação do produto e ao preço, enquanto que o nível de competição do mercado agiu sobre todo o composto de marketing internacional. O desempenho exportador, avaliado em termos do percentual de vendas internacionais, não revelou ser influenciado pelos preditores da firma e pelas estratégias de marketing internacional.

No artigo “Direcionadores estratégicos em programas de logística reversa no Brasil” de Paulo Roberto Leite a ênfase é na Logística Reversa pelo crescente interesse acadêmico e empresarial. Foram examinadas cinco categorias de direcionadores em uma amostra de 44 programas de logística reversa, sendo suas características principais analisadas à luz de uma grade de atributos qualitativos construída especialmente para a pesquisa. Entre outros resultados, a amostra estudada apresentou a seguinte distribuição porcentual de categorias de direcionadores nos casos analisados: 50% dos casos foram classificados na categoria de direcionador “econômico”, 25% na de “prestação de serviços aos clientes”, 16% na de direcionador “ecológico”, 11% na de “imagem corporativa” e 7% na categoria “legal”.

Juliara Lopes da Fonseca e Paulo Sergio Ceretta no artigo “A gestão da liquidez e o seu reflexo no retorno sobre o capital próprio e no lucro por ação das empresas pertencentes à BMF&Bovespa” buscaram avaliar se o desempenho econômico-financeiro obtido pelas empresas pertencentes à BMF&BOVESPA, no período de 1999 a 2008, teve relação de dependência com a liquidez das mesmas, mensurada por meio do Modelo Fleuriet. A liquidez foi representada pelo Modelo Fleuriet, enquanto o desempenho foi medido pelo Retorno sobre Capital Próprio e pelo Lucro por Ação. Os dados foram analisados sob a técnica de Dados em Painel, que tem por característica o estudo de uma mesma unidade amostral ao longo do tempo. Os resultados indicaram que o ROE e o LPA diferem para empresas conforme sua Estrutura de Balanço e a análise robusta de Dados em Painel indica a existência de relação de dependência entre o ROE e o Modelo Fleuriet e entre o LPA e o Modelo Fleuriet.

“A estrutura matricial para projetos seis sigma e as habilidades gerenciais em um programa de produção mais limpa (P+L)” de Rogério Cerávolo Calia, Fábio Müller Guerrini, Gilnei Luiz de Moura, Mário de Castro Andrade Filho e Adalberto Américo Fischmann descreve como uma subsidiária brasileira de uma multinacional estadunidense viabilizou a participação em um programa de Produção

Mais Limpa (P+L) por meio da instituição de competências organizacionais para a gestão de projetos, com a implementação de uma estrutura organizacional matricial para projetos, de acordo com a metodologia Seis Sigma. Nesta estrutura, as habilidades gerenciais conceituais e humanas dos gerentes de projeto (Faixa-Preta) proporcionam uma contribuição diferente do que as habilidades gerenciais técnicas dos líderes empregados de áreas funcionais (Faixas Verde) para o desempenho do programa de P+L. Constatou-se que a estrutura matricial para projetos Seis Sigma favoreceu a mudança para um Programa P+L, e que as habilidades gerenciais conceituais e as habilidades gerenciais humanas dos líderes Faixas-Pretas tiveram maior contribuição para elevar o desempenho do programa de P+L, do que as habilidades gerenciais técnicas dos líderes Faixa Verde.

Sílvio Parodi Oliveira Camilo, Rosilene Marcon e Rodrigo Bandeira-de-Mello no artigo “Conexões Políticas das Firms e seus Efeitos na Performance: uma Convergência entre as Perspectivas da Governança e da Dependência de Recursos – um ensaio teórico” teve como objetivo discutir as correntes de pensamento que se ocupam das conexões políticas das empresas e seus efeitos no desempenho. Especificamente, o estudo é endereçado ao papel dos laços políticos estabelecidos pelas corporações, pressupondo que os vínculos com ambiente externo é um modo de reduzir as incertezas e a interdependência das organizações (PEFFER, 1972; ALDRICH; PFEFFER, 1976; DAILY; DALTON, 1994a, 1994b). O corpo teórico pesquisado indica que as conexões políticas das firmas, por meio dos conselheiros e dos executivos, podem desempenhar uma função relevante nas economias em países emergentes, justamente porque é uma forma de assegurar benefícios à firma, traduzidos em informação, influência, proteção, recursos financeiros e rendas provenientes do governo. A literatura pesquisada revela a existência de várias *proxies* de conectividade política das firmas relacionadas ao desempenho. Assim, pode-se deduzir que a combinação dessas conexões pode revelar interações associadas à performance relacionadas a especificidades setoriais e das firmas, apontando lacunas a serem preenchidas.

O artigo “A comparative analysis of consumer experience in Brazil and Argentina” de Harrison Bachion Ceribeli, Edgard Monforte Merlo, Sebastián Senesi e Hernán Palau teve como objetivo identificar e comparar os principais itens que fazem parte das experiências de consumo e que influenciam a satisfação dos consumidores no varejo de supermercados do Brasil e da Argentina. Analisando os dados coletados, verificou-se a importância da organização dos produtos dentro das lojas e da qualidade percebida, tanto para os consumidores brasileiros quanto para os argentinos. Além disso, constatou-se que a aparência física da loja é mais valorizada por consumidores brasileiros, assim como preços, horário de funcionamento e relacionamento com os funcionários do supermercado são mais importantes na Argentina. Este estudo evidencia que, apesar de serem países próximos geograficamente, com culturas similares, há diferenças significativas entre o comportamento do consumidor no Brasil e na Argentina, o que deve ser considerado por redes varejistas que atuam ou planejam atuar nestes dois países sul-americanos. A principal implicação gerencial deste estudo é que redes supermercadistas que atuam em diferentes países sul-americanos devem ajustar seu *mix de marketing* de varejo de modo a atender diferentes consumidores, levando em consideração especificidades relacionadas a diferentes contextos socioeconômicos e culturais.

O caso para ensino “Pousada do Amparo: para os que valorizam a diferenciação” de Viviane Santos Salazar, Manuela Souza Constantino Oliveira, Yákara Vasconcelos Pereira Leite, Walter Fernando Araújo de Moraes e Juliana Maria de Oliveira Leal Didier mostra como o empreendimento se destaca por oferecer um serviço de hotelaria diferenciado. Todavia a dinâmica do ambiente externo e interno da organização dificulta a sua atuação empresarial. Buscando sobreviver e se posicionar, é preciso identificar as oportunidades de negócios para utilizar as estratégias empresariais de modo adequado. Nesse sentido, são discutidas algumas questões a respeito da trajetória e da gestão adotada pela Pousada do Amparo neste estudo de caso para ensino. Em consequência, o leitor será conduzido a refletir sobre aspectos da administração de marketing e estratégica. Finalmente, salienta-se que este caso de ensino foi inspirado em uma pesquisa de campo, assim, convida o leitor a refletir sobre as ações gerenciais.