

## EDITORIAL

Neste penúltimo trimestre de 2013, apresentam-se os artigos que constarão da terceira edição do ano (v.20, n.03), e como tradicionalmente a revista Alcance vem fazendo, serão sete artigos e um caso para ensino.

No primeiro artigo, INTERNALIZATION THEORY AND THE INTERNATIONALIZATION DECISION BY BRAZILIAN FIRMS, Ronald de Oliveira Concer e Frederico Araujo Turolla avaliam a aplicabilidade da teoria de internalização da empresa multinacional, baseada na Economia dos Custos de Transação (WILLIAMSON, 1985) e na abordagem de Buckley e Casson (1976). Os resultados para empresas brasileiras evidenciam um suporte às predições da teoria, apontando para um índice levemente mais elevado de custos de transação para as transações que são sujeitas ao investimento direto, relativamente à média das exportações.

No artigo REDES SOCIAIS NA ESTRUTURA DE CAPITAL DAS EMPRESAS DE SERVIÇO DE UTILIDADE PÚBLICA E DE TELECOMUNICAÇÕES, o segundo desta edição, os autores Ilse Maria Beuren, Andréia Carpes Dani, Delci Grapegia Dal Vesco, Nayane Thais Krespi fazem uma pesquisa descritiva nas empresas de serviço de utilidade pública e de telecomunicações (telefonia fixa e móvel) listadas na BMF&Bovespa. Analisando os dados por meio da estatística descritiva e análise de redes, os autores concluem que as redes de relacionamento corporativas e pessoais, nas participações societárias do capital social das empresas de utilidade pública e de telecomunicações brasileiras, possuem aspectos sociais e estruturais diversos.

Rafael Sousa Ferreira, Carlos Roberto Souza Carmo, Vidigal Fernandes Martins e Adeilson Barbosa Soares, no artigo ANÁLISE DISCRIMINANTE E RATINGS: UMA APLICAÇÃO DO MODELO Z" SCORE DE ALTMAN ÀS EMPRESAS DO SETOR AEROVIÁRIO BRASILEIRO, DE 2005 A 2010, avaliam a eficácia do modelo Z" score de Altman (2002), em empresas do segmento aeroviário brasileiro, utilizando a técnica de análise discriminante e a tabela de ratings Standard & Poor's. Um dos resultados apresentados pela pesquisa foi que as empresas TAM e Gol apresentaram os melhores desempenhos dentre as empresas daquele segmento, o que permitiu sua recuperação econômico-financeira em relação à crise econômica de 2008. Os resultados contrariaram alguns estudos anteriores que afirmaram que a situação econômica doméstica é mais impactante na situação econômico-financeira das empresas do segmento aeroviário brasileiro.

No artigo SUCESSÃO E CONFLITOS EM EMPRESAS FAMILIARES: ESTUDO DE CASOS MÚLTIPLOS EM EMPRESAS NA CIDADE DE ARACAJU, Rivanda Meira Teixeira e Felipe Carvalhal analisam, por meio de estudo de casos múltiplos, o processo de sucessão nas empresas familiares e identificam os conflitos existentes entre fundadores e herdeiros na percepção do herdeiro. As entrevistas pessoais semiestruturadas com pelo menos um herdeiro(a) foram analisadas com a adoção da técnica de análise de conteúdo. Nos casos analisados, observaram que não ocorreram conflitos na escolha dos sucessores e sempre estava presente a intenção do herdeiro para assumir a empresa no futuro e quando ocorreram de forma irrelevante estavam principalmente relacionados às questões financeiras.

Ernst Verwaal e Nádia de Castro Carvalho, em COMO AS PEQUENAS EMPRESAS EMPREENDEDORAS OBTÊM RENDA A PARTIR DE REDES DE ALIANÇA GLOBAL, buscam apresentar as formas como as pequenas empresas empreendedoras podem gerar renda de recursos disponíveis em redes de alianças globais. Aplicaram uma análise longitudinal de um conjunto de dados em nível empresarial ao longo de cinco anos, em 163 empresas e encontraram resultados animadores, mostrando os benefícios de criação de valor de recursos de rede em aliança global para as pequenas empresas empreendedoras no que diz respeito ao conhecimento de tecnologia intensiva e de recursos humanos. E para as grandes empresas, com P&D intensivo, os benefícios são maiores em uma parceria com as pequenas empresas empreendedoras do que parcerias com outras grandes empresas em redes de alianças globais.

O penúltimo artigo da edição, UMA ABORDAGEM ALTERNATIVA PARA A PESQUISA DO CONSUMIDOR: ADOÇÃO DA CONSUMER CULTURE THEORY (CCT) NO BRASIL, Ildembergue Leite de Souza, Brunno Fernandes da Silva Gaião, Joana dos Santos Silva, André Luiz Maranhão de Souza Leão foram motivados pela crescente disseminação da *Consumer Culture Theory* (CCT) internacionalmente e buscaram verificar se a mesma estava consolidada no Brasil. Por meio de uma *desk research*, nas

publicações dos últimos dez anos da Divisão de *Marketing* do Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD) e do Encontro de *Marketing* da ANPAD (EMA), encontraram um crescente desenvolvimento dos estudos e centros de pesquisa ligados à CCT, o que mostra o estabelecimento de tal perspectiva no Brasil.

Para completar os artigos desta edição, tem-se o trabalho de Daniel Pires Vieira e Valmir Emil Hoffmann, com o título **COMPETITIVIDADE E DESENVOLVIMENTO: UM ESTUDO EM DESTINOS INDUTORES DO TURISMO BRASILEIRO**, no qual os autores buscaram analisar a relação entre competitividade de destinos e desenvolvimento e também identificar quais dimensões da competitividade eram influentes para o desenvolvimento local de 65 destinos brasileiros. Por meio de uma pesquisa exploratória e descritiva, com aplicação de análise fatorial, regressões multivariadas e análises de correlação mostraram que os aspectos relacionados à gestão dos destinos turísticos são centrais para que a competitividade possa gerar resultados positivos para o desenvolvimento local.

E mantendo a tradição das últimas edições, apresenta-se um caso para ensino - **GLOBALSIX: DECISÃO PELO EMPREENDEDORISMO – SOMANDO FORÇAS PARA O SUCESSO**, dos autores Carla de Almeida Vitória, Fernando César Lenzi, Fabrícia Durieux Zucco e Clovis Reis, os quais utilizam como objeto de estudo a jovem empresa de segmento de consultorias e soluções tecnológicas, a GlobalSix, que tem como protagonista um ex- funcionário de um banco nacional de grande porte, que enfrentou desafios, assumiu riscos calculados e apostou nas competências empreendedoras dele e dos sócios para a realização de um sonho, a criação da empresa.

Esperamos que todos tenham uma agradável leitura e aproveitamos para agradecer aos autores, aos avaliadores e à equipe de apoio, responsáveis por esta edição da revista.

Boa leitura.