

EDITORIAL

Prezados (as) Leitores (as),

O terceiro e último número desse ano da Revista Alcance conta com artigos que tratam dos temas, inovação, gestão ambiental, estratégia e negociação, aplicados em diferentes campos de pesquisa.

Iniciamos com o artigo “A Negociação do Artesanato Nordestino nos Mercados Internacionais”, de Carlos Flaviano de Oliveira e Alípio Ramos Veiga Neto. Os autores analisaram o comportamento de artesãos cearenses no processo de negociação visando o mercado internacional. Investigaram, também, como ocorria o processo de entrada, bem como a existência de barreiras para os produtos artesanais cearenses nesse mercado. Na pesquisa utilizaram dados documentais e secundários, que foram complementados através de entrevistas com artesãos, vinculados ao Centro do Artesanato do Ceará (CEART), para a obtenção dos dados primários. Concluem que a maior parte dos produtos artesanais cearenses entra naquele mercado através dos turistas internacionais que circulam pelo Ceará, e, uma pequena porção, por intermédio de exportações realizadas por intermediários, que não são artesãos ou que não possuem vinculação com o CEART. Outros fatores que interferem nesse processo são: a falta de negociadores qualificados, a deficiência de volume de produção e a qualificação dos componentes da cadeia produtiva do artesanato cearense. Desta forma, as práticas de negociação e de entrada nos mercados internacionais do artesanato cearense ainda são rudimentares.

O segundo artigo trata do tema inovação. A autora Denise Del Prá Netto Machado, em “Organizações Inovadoras: estudo dos principais fatores que compõem um ambiente inovador” analisou organizações inovadoras, para mapear fatores ambientais que auxiliam no desenvolvimento de inovações. Após, buscou validar os fatores encontrados através de uma investigação em outras organizações. Portanto, a pesquisa foi realizada em duas etapas: diagnóstico e validação; na primeira, foi realizado um levantamento em três organizações inovadoras e, na etapa seguinte, em sete empresas. A coleta de dados ocorreu com a aplicação de questionários semi-estruturados. Os fatores de ambiente inovador analisados foram os descritos no trabalho original de Van de Ven et al. (2000). As empresas pesquisadas são todas brasileiras, de diversos ramos de atuação, regiões e porte. A autora observou nas dez organizações participantes do estudo a existência dos mesmos fatores de ambiente inovador em sua constituição, categorizando-as como organizações inovadoras.

José Carlos Lázaro da Silva Filho, Mônica Cavalcanti Sá de Abreu e Rosana Maria Costa Fernandes em “Análise da Gestão Ambiental nas Companhias Estaduais de Saneamento Básico” apresentam uma pesquisa sobre as condutas ambientais das prestadoras estaduais de serviço de saneamento básico. Os autores utilizaram, em sua análise, o modelo ECP-Ambiental (ABREU, 2001; ABREU et al., 2002), que

relaciona a Estrutura do Setor com a Conduta (Gestão) e com a Performance da organização. Devido a caracterização do setor, os autores se restringiram a analisar os aspectos de gestão implantados, sem relacioná-la com a performance das empresas. A amostra conta com quinze empresas distribuídas entre as regiões brasileiras. Os resultados são apresentados levando em consideração aspectos das áreas: Administração Geral, Jurídica e Financeira, bem como Produção & Operação, Recursos Humanos, Pesquisa & Desenvolvimento e Marketing. Na conclusão, afirmam que o setor apresenta diferentes perfis de conduta, não sendo possível uma proposta simples de relação entre o setor e a conduta ambiental adotada pela empresa de saneamento.

O quarto artigo, “Práxis Estratégica na Visão Baseada em Atividades: fundamentos e estruturas analíticas”, de Cristiano de Oliveira Maciel, é um ensaio teórico. O autor discute a estratégia organizacional como campo para análise da prática social, utilizando um referencial com predominância de autores internacionais. O artigo discute a ação gerencial e as contribuições da Visão Baseada em Atividades (VBA). Algumas das conclusões do autor são referentes à importância do processo de institucionalização da estratégia nos diversos níveis de ação dentro da organização e ao estabelecimento da noção de múltiplas estratégias na perspectiva prática da estratégia. Também são discutidos os limites e desafios metodológicos da abordagem estudada.

Em “Estratégia Corporativa e de Produção: o caso de uma pequena empresa”, Fabiano Barreto Romanel e Rivanda Meira Teixeira buscaram identificar a existência das estratégias - corporativa e de produção, da empresa Bacoccini Arquitetura e Consultoria, situada em Curitiba/PR. Os dados necessários para este estudo de caso foram obtidos com a aplicação de questionários e com a realização de entrevistas. Utilizaram em sua análise as seguintes ferramentas: as cinco forças de Porter, a análise SWOT, os Critérios Competitivos, a Matriz de Importância-Performance e os Campos de Decisão. Concluem que a empresa estudada não dispõe de planejamento de suas estratégias - corporativa e de produção. Porém, conseguiram identificar, pela análise dos dados coletados, que as ações da função produção e os objetivos da organização são convergentes, fato evidenciado pelo sucesso dos empreendimentos da empresa.

No sexto artigo, “Internacionalização do Varejo: o caso IKEA”, através de um estudo de caso, Roberto Minadeo discute o processo de internacionalização de empresas brasileiras do setor varejista. A empresa Ikea, a maior varejista de móveis brasileira, foi escolhida para a realização desse estudo. O autor aborda como ocorre o ingresso de varejistas estrangeiros no Brasil e como as empresas brasileiras estão se organizando para entrar no mercado internacional. Como método utilizou as pesquisas: documental e histórica. A trajetória da empresa é apresentada nos resultados do estudo. E, na conclusão são apontados os fatores de sucesso da internacionalização da IKEA.

O último artigo desse número é de Luis Gustavo Pinto de Carvalho, Newton C. A. da Costa Jr. e Marco Antônio de O. V. Goulart, denominado “Análise Técnica versus Hipótese dos Mercados Eficientes: um estudo utilizando o indicador MACD”. Os autores realizaram uma investigação empírica sobre a utilização da análise técnica na previsão dos preços do mercado brasileiro de ações. Testaram a estratégia de investimento denominada “Moving Average Convergence/Divergence – MACD”. Trabalharam com ativos negociados na Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA), no período de julho de 1994 a julho de 2003. Os dados foram obtidos

através dos softwares Economática e Metastock e analisados através dos softwares Excel e Statistic. As análises foram baseadas nos retornos acumulados obtidos, no índice de Sharpe, na significância estatística dos resultados e, na comparação com um ativo livre de risco (CDI) e um índice do mercado de ações (IBOVESPA). Os autores observaram nos resultados uma correlação negativa entre a liquidez da ação em bolsa e o valor da estatística t de Student para a diferença entre os retornos obtidos via MACD e a estratégia passiva correspondente. Concluem, afirmando que quanto mais (menos) eficiente é o mercado de ações, menos (mais) eficiente é a estratégia MACD.

Portanto, é com muita satisfação que disponibilizamos esse segundo número da Revista Alcance on line, esperando que todos (as) tenham proveito na leitura dos artigos aqui publicados.

Cordialmente,

Prof^a Dr^a Elaine Ferreira

Editora da Revista Alcance