

Este número da Revista de Administração Contemporânea contribui para o debate sobre o ensino, a pesquisa e a prática da administração, com oito artigos, um documento, duas resenhas e quatro notas bibliográficas, distribuídos nas respectivas seções. Este número representa, também, a minha entrada no time da revista, atendendo convite da Diretoria da ANPAD. Recebi com muito prazer a designação para o cargo de Editor da RAC e assumo com muita disposição para trabalhar. Juntamente com a Diretoria da ANPAD, Editores Associados, Editora Executiva, Membros do Conselho Editorial e Consultores Editoriais, venho para somar no sentido de manter o sucesso e o padrão de qualidade de periódico nacional "A" já alcançado pela revista, em avaliação realizada pela CAPES em 2002.

A Seção Artigos é iniciada com texto de Clóvis L. Machado-da-Silva e Solange de Lima Barbosa, os quais, tendo a teoria institucional como pano de fundo, identificam, por meio de análise documental e de conteúdo em artigos de diversos periódicos, fatores e respectivos valores subjacentes de competitividade das organizações, instituídos em três níveis do contexto ambiental: internacional, nacional e regional/local. Sugerem os autores que a competitividade da organização não depende apenas de fatores econômicos, mas também de uma conduta socialmente valorizada que garanta sua legitimidade e sobrevivência no contexto em que atua. Luiz Paulo Bignetti relata no seu artigo a percepção de tomadores de decisão de três empresas intensivas em conhecimento, quanto à relação entre as ações estratégicas dessas empresas, as práticas de inovação e o

contexto ambiental, descrevendo as principais iniciativas dos entrevistados, em atividades de colaboração e de competição, características dos setores intensivos em conhecimento. Kleber Fossati Figueiredo, Giovana Benevides Ozório e Rebecca Arkader, utilizando a técnica do incidente crítico, apresentam resultados de pesquisa realizada no Brasil, junto a clientes do varejo, e identificam 13 tipos de falhas e 11 estratégias de recuperação relacionadas com a fidelização de clientes. Os resultados sugerem que uma boa avaliação, pelos clientes, das estratégias de recuperação adotadas pelos varejistas, influencia positivamente a retenção de clientes. Na seqüência, Renata Buarque Goulart Coutinho e T. Diana L. v. A. Macedo-Soares propõem um modelo conceitual para auxiliar na eficácia do processo de formulação e implementação de estratégias de negócios direcionadas à responsabilidade social no contexto brasileiro. Discutem, também, como o referido arcabouço analítico pode ser utilizado na análise de mudanças a serem realizadas nas organizações, tendo em conta o alinhamento das práticas de responsabilidade social com a estratégia de negócios das empresas. Tulio Silva Ribeiro e Ricardo Pereira Câmara Leal avaliam a hipótese de que o processo estocástico gerador dos retornos de diversos mercados emergentes da Ásia e das Américas segue um processo aleatório não-formal alfa-estável. Por meio de estimativas dos parâmetros de distribuição e de simulações, apresentam evidências de que esses retornos são mais bem descritos pela distribuição alfa-estável ou distribuição fractal. O artigo de João Alberto Minussi, Cláudio Damacena e Walter Lee Ness Jr. apresenta

um modelo econométrico de avaliação de risco de crédito, devidamente validado, composto por 5 variáveis, ancorado na regressão logística. Em seu estudo, os autores utilizaram uma amostra de 323 clientes de uma instituição financeira, sendo que a precisão do modelo mostrou-se bastante alta, posto que 94,85% das empresas foram classificadas corretamente. A seguir, Edmir Parada Vasques Prado e Hiroo Takaoka identificam, com base em pesquisa realizada junto a 100 empresas do setor industrial do Estado de São Paulo, os principais fatores que motivam a terceirização de serviços em Tecnologia de Informação. Eles utilizaram 39 variáveis, agrupadas em 7 fatores: redução de custo, acesso ao conhecimento e à tecnologia, gestão de recursos humanos, atividades rotineiras, prestação de serviços, flutuação de mão-de-obra, e atividades com alto grau de particularidade. No oitavo artigo, José Mauro da Costa Hernandez, utilizando dados coletados nos Estados Unidos sobre o processo de procura por automóveis novos, tendo a Internet como fonte de informações, identifica variáveis que determinam o tempo de procura por automóveis novos. Verifica também, este autor, que os compradores de automóveis novos que utilizaram a Internet como fonte de informações investiram mais tempo na procura do que os que não a utilizaram. A análise dos dois grupos separadamente mostrou que o tempo de procura possui relação positiva com a obtenção de maiores descontos para o grupo de usuários da Internet, mas não para o grupo de não-usuários.

A Seção Documentos e Debates, coordenada pelo Editor Associado Roberto Fachin, contém artigo no qual Pedro Lincoln Mattos discute questões pertinentes ao desenvolvimento de teses e dissertações, particularmente o formalismo e a necessidade de argumentação. É texto por vezes difícil, mas ao mesmo tempo fascinante e provocativo. Duas auto-

ras convidadas, Sylvia Constant Vergara e Moema Miranda de Siqueira, dialogam com o autor, apresentando réplicas aos seus argumentos. Para não deixarmos o artigo só com críticas ao autor, possibilitamos a Pedro Lincoln que apresentasse a sua tréplica, num comentário final. Naturalmente que o tema não fica esgotado. Porém como amostra do que Roberto Fachin pretende fazer nesta seção, ei-lo para o julgamento dos nossos leitores.

Miguel Pinto Caldas, Editor Associado responsável pelas Seções de Notas e de Resenhas Bibliográficas, coordenou o recebimento e análise de duas resenhas e quatro notas bibliográficas. A primeira resenha, de autoria de Carlos Osmar Bertero, trata do volume 2 (de uma série de três) do *Handbook de Estudos Organizacionais*, organizado por Stewart R. Clegg, Cynthia Hardy e Walter R. Nord, tendo como organizadores da edição Brasileira Miguel Caldas, Roberto Fachin e Tânia Fischer, editada no Brasil pela Atlas. Na segunda resenha, Valter Afonso Vieira comenta o livro *Comportamento do Consumidor*, de Leon G. Schiffman e Leslie L. Kanuk, editado no Brasil pela LTC. As notas bibliográficas referem-se aos livros *Comportamento Organizacional*, de Stephen Robbins; *Marketing para Produtos Inovadores*, de A. Parasuraman e Charles L. Colby; *Operations Strategy*, de Nigel Slack e Michel Lewis; e *Gestão de Desempenho: Julgamento ou Diálogo?*, de Vera L. Souza.

Os comentários acima visam a tão somente despertar no leitor a motivação para uma leitura aprofundada dos textos da presente edição, todos de elevado padrão de qualidade científica, abrangendo os mais variados temas do campo da Administração. Tenham todos uma boa leitura.

Tomás de Aquino Guimarães
Editor
