

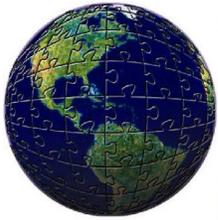
Editorial do Vol. 4. No. 1

Este número é o primeiro que contempla o pleno funcionamento da plataforma OJS, importante desenvolvimento para o permanente aperfeiçoamento da gestão editorial da RAI. Também, neste momento, a plataforma passa a ser operada pelo site da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo - FEA/USP, por intermédio da Fundação Instituto de Administração - FIA.

Neste primeiro número de 2007, RAI acolhe uma produção de artigos já com sua estrutura de governança constituída por um Conselho de Orientação ampliado e pela formação do Comitê Científico, composto por membros representantes dos grupos de pesquisa que apóiam a gestão da revista. Entre o último número e o atual também foram desenvolvidos textos sobre a "apresentação" e a "política editorial" da RAI, além de definições sobre o papel do conselho, do comitê e do editor. Estas definições cobrem uma lacuna no entendimento de como deve ser procedida a gestão de uma revista científica. O Comitê notou, de uma forma geral, a falta de nomenclatura adequada para a estruturação de revistas deste tipo e decidiu empreender a tarefa de melhor qualificar funções e atribuições. Uma nova versão destas definições pode ser feita em futuro próximo com as sugestões que certamente virão do Conselho Editorial.

Neste número, oito textos foram selecionados. Dois deles tratam de questões ligadas à percepção de consumidores sobre a introdução de novos padrões de serviços inovadores. O texto de Bento Alves da Costa Filho e co-autores apresenta o "Modelo TAM aplicado aos ATM'S". Com uma ampla revisão bibliográfica sobre o tema, trata o texto de avaliar antecedentes de intenção de comportamento sobre a utilidade percebida e a facilidade de uso percebida para os terminais bancários. Pelo fato de ser uma tecnologia hoje amplamente difundida, o estudo dos ATM's facilitou a avaliação do constructo hábito no modelo de aceitação de tecnologia. O segundo texto traz como título "Imagem do canal de distribuição como fator antecedente das dimensões da percepção do valor da marca na perspectiva do consumidor", de autoria de Luiz Sergio Costa e Victor Manoel Cunha de Almeida. Quando um canal de distribuição é novo, a sua imagem na formação da percepção do valor da marca passa a ser um fator relevante. O modelo utilizado é a avaliação de *brand equity*, com relações entre as ações do composto de marketing e as dimensões formadoras do valor da marca na perspectiva do consumidor. A literatura oferece evidências que a intensidade da distribuição pode constituir um fator antecedente da imagem do canal de distribuição. Este estudo faz a proposição de um modelo que possibilita a operacionalização da imagem do canal de distribuição e de sua relação com as dimensões formadoras do valor da marca.

O terceiro texto, com o título de "A evolução dos conceitos de logística: um estudo na cadeia automobilística no Brasil", de autoria de Luiz Carlos Di Serio e co-autores, trata de um interessante exercício sobre a aplicabilidade dos principais conceitos de logística na realidade operacional de uma empresa do setor automobilístico. São identificados os processos relevantes na SCM e o papel da Tecnologia da Informação na integração da cadeia produtiva, com destaque para os processos de negócios da cadeia de suprimentos. O texto "Redes associativas como



RAI

Revista de Administração e Inovação
ISSN: 1809-2039

inovação organizacional: estudo de caso de uma rede supermercadista”, de autoria de Camila Avozani Zago e outros parceiros, apresenta a associação como inovação organizacional capaz de fazer frente aos grandes desafios competitivos do mercado globalizado. O caso estudado aponta como resultado o ganho de competitividade de pequenos e médios supermercados por meio do compartilhamento de ações operacionais e gerenciais, agregando valor a todos participantes da cadeia.

Dois artigos tratam diretamente do tema de gestão do conhecimento em organizações. “A relação entre unidade estratégica de negócio, subsidiária e matriz na gestão do conhecimento da corporação multinacional”, de autoria de Felipe Mendes Borini e outros, aborda este tema sobre a perspectiva da constituição das Unidades Estratégicas de Negócios – UENs, tentando medir a eficácia da difusão de conhecimento gerada a partir desta a outras instâncias de gestão de empresas multinacionais. O principal resultado é que uma eficaz relação entre matriz e subsidiárias nem sempre consolida a transferência do conhecimento como postula a literatura. Esta transferência depende mais precisamente de como a unidade de negócios está focada e de como o conhecimento é transmitido, mesmo fora de estruturas formais da organização como um todo. O outro texto neste tema é de autoria de Jacques Édison Jacques e Cláudio Reis Gonçalves, intitulado como “Gestão estratégica do conhecimento baseada na construção de protocolos médico-assistenciais: o compartilhamento de idéias entre parcerias estratégicas como vantagem competitiva”.

Com base em metodologia qualitativa, o objetivo do estudo é analisar o processo estratégico na percepção de gestores médicos de um hospital privado e de lideranças de uma operadora de planos de saúde. Os protocolos médico-assistenciais formam os núcleos de investigação, que tem como base teórica referenciais sobre compartilhamento, barreiras à gestão do conhecimento e gestão de parcerias. Os resultados apontam não haver barreiras importantes à legitimação de uma nova linguagem trazida por meio dos protocolos, muito embora é notada a pouca participação da alta direção junto às especialidades no momento de tratá-las como uma unidade de negócio e, principalmente, a dificuldade do compartilhamento de idéias entre os diferentes atores presentes na cadeia de valores do hospital.

A dinâmica do processo de formação de estratégias em planos de gestão de instituições de ensino e pesquisa é objeto de estudo no artigo “Modelo de formação de estratégias de gestão em instituições de ensino superior sob o enfoque da teoria da complexidade”, de autoria de Luiza Maria Bessa Rebelo e Rolf Hermann Erdmann. Este estudo se mostra interessante pela forma como é tratada a formulação de estratégia numa instituição de ensino e pesquisa sob o enfoque da teoria da complexidade. Sob esta ótica, evidencia-se a IES estudada orienta seus processos de formação de estratégia, expressos em seus Planos de Gestão, basicamente pelo modelo racional-formal e pelo modelo negociado, e vem empreendendo um esforço, ainda incipiente, de incorporar o modelo em construção permanente típico de organizações inovadoras.

Por fim, é apresentado o texto sobre “Estratégia, planejamento de municípios e gestão metropolitana”, de autoria de Ana Carolina Sommer de Souza e co-autores. O texto procura retratar como o crescimento desordenado dos grandes centros, por meio



RAI

Revista de Administração e Inovação

ISSN: 1809-2039

do processo de metropolização, trouxe sérias conseqüências e novos desafios. A adoção de estratégias e planejamento de municípios tem sido a resposta encontrada para driblar os entraves urbanos, rurais e metropolitanos, respeitando as suas respectivas abordagens do caráter integral e integrado. O artigo discute como é possível promover o desenvolvimento de uma região a partir da visão estratégica de cada município que a constitui. A discussão do planejamento de municípios e a conclusão estão direcionadas ao contexto das regiões metropolitanas, onde a integração se torna uma característica de extrema pertinência, em virtude da forte interdependência entre municípios.

Editor: Milton de Abreu Campanario