

EDITORIAL

Esta é a terceira edição de 2008 da **Revista de Gestão USP (REGE-USP)**. Neste fascículo constam artigos das áreas: Administração Geral, Finanças, Gestão de Pessoas em Organizações, *Marketing* e Métodos Quantitativos.

Os autores Correia e Amaral apresentam um ensaio, na área de Administração Geral, sobre estudos de governança, com ênfase na Teoria da Agência. Todos os elementos que constituem esta teoria foram abordados, possibilitando-se maior compreensão da aplicação desta teoria para o desenvolvimento de mecanismos de governança corporativa que reduzam custos de conflitos entre administradores e proprietários e melhorem o desempenho das firmas.

O autor Santos focalizou e comparou três diferentes métodos de previsão de insolvência em uma carteira de crédito bancário. Foi considerada uma amostra composta de 80 empresas de médio porte dos setores de comércio e indústria. Analisou-se a eficiência de cada instrumento de previsão em termos de acerto e erro na sinalização de empresas solventes e insolventes. As divergências encontradas nestes métodos demonstram a urgência de uma reflexão sobre a necessidade de as empresas concessionárias de crédito adotarem mais de um recurso de previsão e, assim, minimizarem o risco de insolvência.

O segundo estudo de Finanças refere-se a um ensaio elaborado pelos autores Yoshinaga, Oliveira, Silveira e Barros. É apresentada a área de Finanças Comportamentais, com os seus principais conceitos. Mediante duas ilustrações de sua aplicação, são analisados vieses cognitivos para a construção de teorias formais de finanças, o que realça a utilidade desta nova área para a compreensão de questões vivenciadas na prática.

Os autores Rabia e Christopoulos analisam a dicotomia vida pessoal e qualidade de vida no trabalho. A partir dos resultados de uma pesquisa, examinam como os aspectos de QVT são avaliados por alguns gerentes e a existência de contradições em seu discurso, identificadas na avaliação dos fatores relacionados à qualidade de vida no trabalho e ao estresse gerado na vida pessoal do indivíduo.

Scharf e Soriano-Sierra analisaram em seu estudo as implicações das práticas do *Marketing* de Relacionamento com base em uma pesquisa junto a revendedores de automóveis novos ou usados atendidos por determinado banco multinacional. Foram avaliadas as variáveis do composto de *marketing* e a sua relevância na aferição da satisfação dos serviços prestados pela instituição bancária, identificando-se as lacunas que precisam ser preenchidas para o fortalecimento do *Marketing* de Relacionamento.

A área de *Marketing* também é representada por um segundo artigo, de autoria de Magaldi e Crescitelli. O objetivo deste artigo foi a identificação da influência dos serviços complementares na construção geral da satisfação do consumidor. Com base em uma pesquisa com clientes de uma empresa organizadora de eventos para executivos, concluiu-se que os serviços secundários são tão relevantes quanto os essenciais no processo de satisfação do consumidor.

A área de Métodos Quantitativos está presente nesta edição por meio do estudo de Silva, Corso, Welgacz e Peixe. Este artigo teve por objetivo determinar a melhor escolha entre três fornecedores de aço para importação, com base na técnica de Árvore de Decisão. Foi desenvolvido um modelo decisório para o processo de escolha de fornecedor estrangeiro em condições de risco, oferecendo-se um instrumental para a minimização de julgamentos intuitivos pelos tomadores de decisão.

Boa leitura a todos!

Maria Aparecida Gouvêa
Editora