

EDITORIAL

A primeira edição, ano V, da ReA compõe-se de artigos recebidos de autores de São Paulo, do Rio Grande do Sul, de Santa Catarina, do Ceará e da França.

A edição, composta por dez artigos, tem início com o artigo intitulado Atacado e atacarejo como opção de compra de clientes de distribuidora de alimentos. Os autores, Huang Wen Hsien, Antonio Carlos Giuliani, Christiano França da Cunha e Nádia Kassouf Pizzinato analisaram canais de Marketing, tendo como objetivo principal avaliar os fatores que influenciam no processo decisório de compra de pequenas e médias empresas varejistas.

O segundo artigo da edição, Automação do Processo de Vendas no Contexto do Gerenciamento de Clientes por CRM, é de autoria de Flávio Régio Brambilla. Nesse artigo, o autor estuda a relação entre uma empresa desenvolvedora e uma usuária de CRM. Os resultados do estudo indicam que, ao contrário da teoria, a aplicação de automação nem sempre é percebida pelo pessoal de vendas como uma ameaça, mas como uma ferramenta de apoio.

Na área de Finanças, é apresentado o terceiro artigo da edição - Sistema previdenciário sob a ótica das finanças comportamentais. O artigo, de autoria de Marcelo Nascimento, Vanessa Marcela Nascimento, Juliane Vieira de Souza e Hans Michael Van Bellen, buscou evidenciar a influência do comportamento humano em relação ao crescimento dos fundos de investimentos no Brasil, por meio de um levantamento de dados pertinentes à previdência.

O quarto artigo - Razões para a falta de rendimento esportivo do Comercial F.C, de autoria de Gerado José Ferraresi de Araujo, André Lucirton Costa e Cesar Machado Carvalho, propõe-se a identificar os fatores que dificultam o rendimento esportivo do Comercial F. C. Para tanto, foi analisada a história do clube e as relações entre o governo (e a legislação, o mercado de atuação, as parcerias realizadas, as estruturas administrativas e os resultados nos campeonatos disputados entre 2007 e 2008, a fim de discorrer sobre seus problemas de gestão.

No quinto artigo, intitulado Cursos de Mestrado e Doutorado em Administração - Aspectos de Qualidade de Ensino, Rosane Rivera Torres e Maria Aparecida Gouvêa realizaram um estudo de dados secundários de uma pesquisa na cidade de São Paulo com alunos de mestrado e doutorado de instituições com avaliação 4 ou superior pela CAPES, buscando levantar informações sobre os perfis, bem como as suas percepções sobre aspectos de qualidade de suas respectivas Instituições de Ensino Superior (IES). Os resultados encontrados revelaram algumas diferenças entre as IES, que poderão levar à revisão de algumas estratégias de marketing, visando ao alcance de padrões mais competitivos.

O sexto artigo, situado na área de Jogos de Empresas, é Gestão mercadológica e lucratividade: um estudo com jogos de empresas, elaborado pelos autores Marco Antônio Silva e Antonio Carlos Aidar Sauaia, compara a gestão mercadológica em empresas que atuam com foco operacional ou com foco estratégico. Os resultados mostraram que a gestão com foco estratégico absorveu investimentos maiores, o que gerou maior valor aos acionistas, mantendo a expectativa de continuidade do negócio.

No sétimo artigo, Classificando ações de sustentabilidade: uma análise de conteúdo de entrevistas dos líderes, os autores Siqueira de Moraes Neto, Maurício Fernandes Pereira e Emerson Antonio Maccari, buscaram verificar se as empresas que se apresentam como responsáveis, estão fazendo mais do que é exigido por força legal. Foi observado que a maioria das empresas está atuando de forma pró-ativa em benefício das pessoas e da natureza.

Satisfação dos serviços: uma análise da percepção dos clientes do Banco do Brasil é o artigo de autoria de João Renato da Silva Gomes, Vitor Francisco Schuch Jr, Jordana Marques Kneipp, Luciana Aparecida Barbieri da Rosa e Roberto Schoproni Bichueti. Nesse ensaio, os autores

procuram conhecer o comportamento e a preferência dos clientes em relação aos serviços de autoatendimento, telefônico e Internet Banking do Banco do Brasil na cidade de Santa Maria, RS. Através da análise dos resultados, foi possível verificar que o nível de satisfação dos clientes, em relação à maioria dos itens avaliados, é elevado, destacando-se a preferência dos clientes pelo uso do serviço de autoatendimento.

No nono artigo da edição, tem-se o trabalho Sistema de Análise de Ativos Através de Redes Neurais de Múltiplas Camadas, de André Pacheco Miranda, Rodrigo Luiz Antoniazzi, Luis Felipe Dias Lopes, Marco Antonio Barbosa e Vânia Medianeira Flores Costa. Esse artigo apresenta o desenvolvimento de um Trade System robótico, utilizando um método heurístico. O sistema conta com uma rede neural multilayer perceptron treinada com o algoritmo de retro propagação de erro, aproximando-se da análise técnica, sem o fator emoção. Ao analisar os resultados da rede neural, pode ser visto que a rede neural obteve um resultado de 42,6% maior do que a análise da análise técnica.

O artigo que finaliza essa edição, La responsabilité sociale des universités en France ou La réussite des études supérieures?, de autoria de Emmanuelle Annot, Mônica Mota Tassigny e Marcus Vinicius de Oliveira Brasil, trata-se de um ensaio teórico que utilizou o método dos cenários e discutiu acerca da responsabilidade social das universidades na França. No que se refere à questão da responsabilidade social nas universidades são levantados questionamentos a respeito de a instituição atender às necessidades dos habitantes da comunidade, da vida social de um território e de sua cultura. Em particular, o acesso ao ensino superior e a retenção de alunos são questões locais que melhoram a função do serviço público das universidades. Resta estudar os efeitos da autonomia da escola na democratização do acesso ao conhecimento no centro dessas novas formas de regulação entre os níveis europeu, nacional e local.

A décima edição da ReA abrange temáticas que tratam de: Marketing, Finanças, Jogos Empresariais, Qualidade em Serviços, Sustentabilidade e Responsabilidade Social. Os temas abordados nos artigos, além de emergentes, são de interesse da comunidade acadêmica e da comunidade de modo geral.

A Edição Volume V e Número 1, relativa ao primeiro quadrimestre de 2012, é publicada em versão eletrônica (www.ufsm.br/reaufsm) e impressa da ReA (limitada a 100 exemplares).

Por fim, é preciso agradecer aos autores, aos membros do Conselho Editorial, do Comitê Executivo, dos Avaliadores e da Equipe Técnica da ReA, pelo esforço e pela dedicação para a elaboração desta edição e informar que a ReA foi classificada como B3 no qualis de 2012 da área de Administração, Ciências Contábeis e Turismo.

Cordiais saudações,

Clandia Maffini Gomes, Dr^a,
Editora da ReA

Daniel Arruda Coronel, Dr.
Editor Executivo da ReA