

## Editorial

A Revista ADM.MADE inicia seu primeiro número do ano de 2011 com artigo de Nivaldo Silva Neto, T. Diana Macedo-Soares e Claudio Pitassi. Os autores buscam identificar, a partir de pesquisa exploratória descritiva realizada junto a 20 empresas do setor de bens de consumo não duráveis do País, fatores organizacionais que contribuem ou dificultam para a adequação da área de *trade marketing* à estratégia de negócios. Tratando-se de área relativamente nova na gestão empresarial, o estudo representa contribuição relevante tanto à academia quanto aos gestores que enfrentam o desafio da adequação do *trade marketing* à estratégia competitiva da empresa.

O segundo artigo, ensaio teórico de autoria de Américo Ramos Filho, discute a problemática do conhecimento e das capacidades organizacionais como recursos mobilizadores do crescimento organizacional. O autor destaca que, no contexto de empresas de atuação global, as transferências de conhecimento gerencial podem comportar significativa complexidade, pois as práticas, sistemas de gestão, tecnologias e valores organizacionais reagem aos mais diferentes contextos. Nesse cenário, o “conhecimento do conhecimento” dentro das organizações pode representar vantagem competitiva significativa.

No terceiro artigo, Fernanda Sauerbronn argumenta a favor do desenvolvimento de pesquisa acadêmica na área de estratégia que privilegie a compreensão do *stakeholder strategizing*. Essa proposta alinha-se a de autores que reconhecem uma crise de relevância da área e que defendem, como forma de superação dessa crise e de recuperação de legitimidade, um direcionamento para o entendimento da prática em estratégia (*practice turn*). Mais especificamente, o estudo das estratégias de relacionamento comunitário lança luz sobre as formas de expansão das fronteiras das organizações no contexto contemporâneo de globalização.

No artigo seguinte, Luciana Battistella, Roberto Bichueti e Marcia Grohmann apresentam resultado de pesquisa que buscou identificar a personalidade de uma das marcas de maior expressão no comércio varejista de calçados na região central do estado do Rio Grande do Sul, a Eny Calçados; a pesquisa foi realizada junto a 420 consumidores da cidade de Santa Maria (RS). O modelo analítico adotado, desenvolvido por Aaker (1997) e adaptado ao contexto brasileiro por Muniz (2005), apresenta cinco dimensões para a marca: Credibilidade, Diversão, Audácia, Sofisticação e Sensibilidade. Os resultados da aplicação do modelo permitem aos gestores compreender as impressões dos consumidores acerca de sua marca, e posicionar e corrigir as ações de marketing de acordo as estratégias do negócio.

No quinto artigo, Paulo Roberto Bomfim, Rodrigo de Almeida, Verônica Andréa Gouveia, Marcelo Alvaro Macedo e José Augusto Marques apresentam resultados de estudo que visou, por meio de análise fatorial, realizar a redução dimensional dos indicadores de desempenho econômico-financeiro de curto prazo das distribuidoras de energia elétrica. O estudo contribui por demonstrar que a utilização de técnicas estatísticas minimiza a subjetividade na avaliação de desempenho e por reduzir o número de indicadores econômico-financeiros necessários para avaliação de desempenho de curto prazo, representando ferramenta de análise relevante para todos os interessados no monitoramento de resultados das empresas distribuidoras de energia elétrica, como gestores, acionistas e credores.

Encerrando este número, o artigo de Alessandro Alves, Tatiane Silva, Rodrigo de Almeida e Samuel Cogan apresenta resultados de pesquisa que investigou e avaliou os principais problemas do processo produtivo de uma fábrica de *jeans* no município de Petrópolis - RJ, utilizando as ferramentas da Teoria das Restrições. A aplicação da metodologia da Teoria das Restrições busca otimizar a produção por meio da identificação das restrições de um sistema, com vistas a minimizá-las ou eliminá-las, a fim de melhorar o desempenho global da organização. Um dos aspectos mais interessantes da aplicação da metodologia da Teoria das Restrições é o fato de não se limitar à análise numérica e à questão dos custos, focando no estudo do processo produtivo.

A todos, boa leitura.

*Isabel de Sá Affonso da Costa*

Editora