

## Apresentação

### *Presentation*

**A** *Análise* mudou. Depois de anos de coexistência entre as versões impressa e online, a *Análise* optou por priorizar a segunda opção, seguindo uma tendência mundial no meio acadêmico. A versão online proporciona maior agilidade ao processo editorial, além de reduzir os custos com circulação e consumo de papel. Essa mudança em nada altera a qualidade do conteúdo editorial da *Análise*, e reforça o compromisso da revista com o avanço e a disseminação do conhecimento em Administração.

O segundo número da *Análise* em 2012 apresenta oito artigos. O primeiro deles, de autoria de Carlos Eduardo Carvalho, Carlos Ricardo Rossetto, Éverton Luís Pellizzaro de Lorenzi Cancellier, Alissane Lia Tasca da Silveira e Renata Granemann Bertoldi Platchek, intitulado “Monitoramento ambiental como suporte à estratégia prospectora: o caso de uma rede varejista de móveis e eletrodomésticos”, utiliza o estudo de caso longitudinal como metodologia para analisar a influência das atividades de monitoramento na formação da estratégia empresarial. Os autores reportam um “nítido” relacionamento entre monitoramento do ambiente e estratégia empresarial, tanto no nível da formulação quanto da implementação.

A seguir, tem-se o artigo “Bom humor é bom para consumir menos? Uma análise das relações entre humor e saciação de consumo”, de Vinicius Andrade Brei, Thiago Rafael Ferreira Marques e Natacha Tcholakian. O artigo discute o fenômeno da saciação do consumo, influenciada pelo estado de humor, como impeditivo à satisfação e, por consequência, à felicidade dos consumidores. Por meio de dois estudos experimentais, os autores concluem que o estado de humor do consumidor tem ligação direta com a queda da satisfação em decorrência da repetição de consumo, e o humor positivo pode atenuar esse processo.

O terceiro artigo, denominado “Avaliação de um modelo de maturidade de gestão do conhecimento: Análise de Correspondência Múltipla”, de autoria de Eduardo Kunzel Teixeira, Miriam Oliveira, Cristiane Drebes Pedron e Mário Romão, utiliza a Análise de Correspondência Múltipla como ferramenta estatística para análise do modelo *Knowledge Management Maturity Model* (KM<sup>3</sup>) a partir da aplicação de 61 questionários junto a funcionários de duas organizações. Entre outras conclusões, o estudo mostrou a adequação do modelo KM<sup>3</sup>, com resultados condizentes com a realidade das empresas que fizeram parte da pesquisa.

“A incorporação da gestão ambiental na estrutura organizacional”, de Celso Machado Júnior, Maria Tereza Saraiva de Souza, Iara Regina dos Santos Parisotto e Jose Carlos Barbieri, é o quarto artigo deste número. Para verificar a incorporação proposta no título do artigo, os autores realizam uma pesquisa com dados secundários de 649 empresas de diversos setores de atividade, indicando que as empresas definem a gestão ambiental a partir de arranjos não relacionados ao seu tamanho. Além disso, vale destacar que empresas certificadas pela NBR ISO 14001 privilegiam sistemas integrados de gestão em sua estrutura.

O quinto artigo, intitulado “Um estudo sobre a confiança, o valor e a lealdade do consumidor em uma concessionária de veículos”, tem como autores Lasier Gorziza de Souza, Gabriel Sperandio Milan e Celso Augusto de Matos. A pesquisa aplica o modelo teórico proposto por Sirdeshmukh, Singh e Sabol (2002) no contexto varejista, em uma concessionária de veículos localizada na Serra Gaúcha. A partir da aplicação de uma survey junto a 235 respondentes, e utilizando Modelagem de Equações Estruturais, os autores confirmam os antecedentes da confiança (Competência

Operacional, Benevolência Operacional e Orientação para Solução de Problemas), mas indicam a mesma como constructo unidimensional, diferentemente do modelo original, e impactando na lealdade dos consumidores.

O artigo seguinte, intitulado “Desdobramento da estratégia para avaliação de desempenho: implantação do *Balanced Scorecard* (BSC) no processo produtivo da pecuária de corte bovina”, é de autoria de Soraya Tanure, Diego Vinícius Souza, Vinícius do Nascimento Lampert e Cláudio José Müller. Os autores propõem a aplicação do BSC como ferramenta capaz de contribuir para implementação estratégica e melhoria contínua do setor primário. Os resultados indicam a viabilidade de adaptação do BSC ao negócio pecuário, permitindo ao produtor trabalhar com cenários, mensurar desempenhos e identificar oportunidades de melhoria.

O sétimo artigo, chamado “Implicações e consequências da deficiência de infraestrutura de armazenamento de maçã em Santa Catarina”, é de autoria de Silvio Antonio Ferraz Cario, Fernando Seabra, José Antonio Nicolau, Flávio José Simioni, e Cleiton Bittencourt. A partir de dados secundários, os autores descrevem a evolução da produção de maçã nos polos produtivos de Fraiburgo e São Joaquim, municípios da região serrana catarinense. O artigo discute a realidade do setor, com queda de preços e de rentabilidade, e propõe o arranjo cooperativo como forma de acesso dos produtores à infraestrutura necessária para classificação e armazenamento da fruta.

Finalizando esse número da *Análise*, o artigo “Aplicação da semiótica na investigação do posicionamento percebido: um estudo no setor de materiais de construção”, de Cassiana Maris Lima Cruz, Janine Fleith de Medeiros e Aline Mara Meurer, usa da semiótica para avaliar possíveis dissonâncias entre posicionamento pretendido pelas empresas e percebido pelos consumidores. A partir de uma pesquisa exploratória qualitativa junto a consumidores e influenciadores de compra de materiais de construção, as autoras apresentam um mapeamento do mercado analisado, identificando as associações que formam as imagens das ofertas na mente dos consumidores.

A todos, uma excelente leitura!

*Lélis Balestrin Espartel*  
Editor