

EDITORIAL

EDITORIAL

Neste número da revista *Gestão e Desenvolvimento* são divulgados 11 trabalhos, que têm essência na interdisciplinaridade. Vários assuntos e várias abordagens interessantes, instigantes e relevantes são apresentados nos conteúdos de cada artigo.

Inicialmente, o texto que abre esta edição trata de assunto relativamente novo no âmbito do Marketing: o marketing de causas. Berto, Bortolin e Santos Claro estudam o marketing relacionado a causas sociais das maiores empresas em seu segmento, de acordo com o *ranking* divulgado pela Revista Exame, no Anuário das Melhores e Maiores Empresas Brasileiras de 2006 e de 2009.

O segundo artigo tematiza a comunicação integrada, que abrange as comunicações institucional, administrativa, interna e mercadológica. Nesse sentido, a professora Monica Carniello faz sua contribuição através do trabalho denominado Sala de Imprensa Virtual: uma ferramenta de comunicação corporativa.

Na sequência, verifica-se estudo de caso desenvolvido numa empresa de manutenção de aeronaves. Cauduro e Lemos focam a pesquisa na análise da logística reversa de pós-venda.

No próximo trabalho, Maldaner discorre sobre o tratado de livre comércio entre Coreia do Sul e Chile. Destaca o autor que o comércio, no mercado global, é um dos mais importantes caminhos para obter crescimento econômico. Alguns países vendem matérias-primas e outros vendem produtos com valor agregado. Inovação é um ponto-chave nessa competição e, em certo sentido, faz uma grande diferença na balança comercial mundial. Segundo o

autor, Tratado de Livre Comércio é um dos caminhos para atingir diferentes mercados. Para Maldaner, o Tratado de Livre Comércio (TLC) entre Coreia do Sul e Chile é um bom exemplo de sucesso, referindo-se a acordos comerciais.

No trabalho seguinte, Klein e Freitas desenvolveram estudo que aborda a governança na empresa familiar, destacando ainda importantes questões sobre profissionalização e sucessão em uma empresa familiar localizada em Novo Hamburgo/RS. Os autores destacam que os estudos abordando a temática de empresas familiares se mostram cada vez mais necessários, devido ao crescente número de organizações que se caracterizam com esse perfil de administração, além do poder que exercem sobre a economia local, regional e nacional.

O processo de difusão da moda brasileira no mercado internacional é tema do artigo elaborado por Schnaid e Schemes. Nesse trabalho, pretendeu-se identificar e analisar os fatores responsáveis pela difusão da moda brasileira no mercado internacional, de forma que possibilite a construção de métodos e meios para garantir o crescimento contínuo do setor têxtil e a valorização de estilistas, marcas e fábricas brasileiras no exterior.

Em continuidade, divulga-se o trabalho de Chamusca e Carvalhal. Esses autores abordam as tecnologias informacionais digitais na formação da opinião pública na periferia das grandes cidades brasileiras, a partir dos resultados de uma pesquisa realizada no Vale da Muriçoca, bairro periférico da cidade de Salvador (BA), cujo objetivo principal foi investigar se o uso das tecnologias informacionais

digitais pela população de baixa renda, nas grandes cidades, tem influenciado na formação da *Opinião Pública* local e se essas tecnologias têm sido utilizadas como campo de luta por esse segmento da população.

No âmbito da Gestão da Produção, Jéssica da Silva e Felipe Menezes comentam que, diante da competitividade mundial, as empresas precisam buscar meios para aumentar a sua eficiência, reduzir custos e superar as expectativas dos clientes. Baseados nisso, propõem um indicador para a análise da aderência do plano de vendas e produção, visto que esse plano serve como base para todo o planejamento dentro da organização, tendo como consequência um bom atendimento ao cliente.

O próximo artigo trata sobre perfil e grau de satisfação dos trabalhadores das equipes de saúde da família de Estância Velha (RS). Morello e Froehlich desenvolveram pesquisa junto às equipes de saúde da família no Município, visando a avaliar o grau de satisfação dos servidores em relação ao trabalho.

Na sequência, Carvalho, Naime e Kieling avaliam a percepção dos cavalgadores sobre itens relevantes e perspectivas do turismo rural no Rio Grande do Sul. Destacam os autores que a atividade de turismo rural se caracteriza por ser desenvolvida em propriedades

rurais, onde a principal fonte de sustento é a agropecuária. Complementam, ainda, que o turismo rural é apenas uma das alternativas para elevação do nível de renda dos produtores rurais.

O último estudo diz respeito ao mercado publicitário hamburguense, no qual é feita uma retrospectiva das últimas quatro décadas. Machado e Santos informam que a atividade publicitária em Novo Hamburgo (RS) profissionalizou-se a partir da década de 60, período de expressivo crescimento da economia coureiro-calçadista, que corresponde, também, à criação da FENAC, à fundação do *Jornal NH* e das primeiras agências de publicidade.

Para finalizar, a editoria da revista *Gestão e Desenvolvimento* agradece, mais uma vez, pela efetiva contribuição que cada pessoa a seu modo oferece - membros do Conselho Editorial, pareceristas, autores, Editora - , para que a publicação frutifique cada vez mais, que seja útil para a academia e para a sociedade, também relevante para o fortalecimento da pesquisa na área das ciências sociais aplicadas.

Prof. Dr. Ernani Cesar de Freitas
Editor