

EDITORIAL

A publicação deste número nos deixa realizados, haja vista, todo o esforço demandado por um grande grupo de pessoas, comprometidas com a qualidade do processo de avaliação e publicação de nossa Revista de Negócios.

Diversos esforços adicionais têm sido aplicados para que possamos melhorar constantemente e promover um processo de avaliação claro e convergente com as necessidades dos autores e programas, em outro sentido, reconhecemos nossa necessidade de tornar o processo mais ágil.

Iniciamos este número com o artigo intitulado Posicionamento Estratégico dos Agentes Fomentadores na Implantação da TV Digital no Brasil: Disputas, Negociações e Estratégias Retóricas, dos autores Roberto Bazanini, Mauricio Donato, Denis Donaire e Ademir Antonio Ferreira, onde investigam as polêmicas envolvidas nos estratégias retóricas empregados pelos seis principais agentes envolvidos no processo de implantação da TV digital no Brasil. Os resultados da pesquisa apontam que a adoção do padrão japonês ocorreu em perfeita consonância com os interesses dos radiodifusores e do governo federal, em detrimento dos interesses do coletivo intervozes, da indústria de telecoms e da academia, sendo que, para a indústria de eletro-eletrônicos não houve interferências significativas no seu modelo de negócio

No segundo artigo identificado com o título Avaliação de Eficiência de Terminais de Contêineres no Brasil através da análise envoltória de dados (DEA), os autores Marcelo Alvaro da Silva Macedo e João Victor da Paschoa Manhães, analisam a eficiência de operação de 10 terminais de contêineres no Brasil. Isso é feito pela aplicação da metodologia de Análise Envoltória de Dados (DEA) às informações referentes a movimentação, produtividade, área disponível, tamanhos de calado e de berço. Os resultados mostram que apenas os terminais Santos-Brasil, TVV e Tecon Salvador é que são totalmente eficientes.

No terceiro artigo, Uma Análise do Interesse de Estudantes de Administração pela Área de Marketing, dos autores Francisco José Costa, Roberto Rodrigues Ramos, Ingrid Mazza e Francista Flávia Plutarco analisam o interesse de estudantes de cursos de Administração pela área de marketing. Verificou-se que as disciplinas da área de marketing são percebidas pelos alunos como importantes para o curso e para a atuação profissional, mas, que os mesmos não se consideram seguros na aplicação dos conceitos e técnicas da área.

O artigo Estratégia e Cultura na Internacionalização da Educação Superior: a Experiência da Universidad de la Integración de las Américas, dos autores Victor Meyer Jr, Bernardo Meyer e Elisa Kretzer Santos examinam as estratégias utilizadas e os problemas culturais decorrentes de sua implementação nos primeiros anos de atuação da Universidad de la Integración de las Américas – UNIDA no Paraguai. A análise dos dados revelou que as principais estratégias utilizadas pela instituição foram de natureza, essencialmente, competitivas. Conflitos decorrentes de problemas culturais emergiram exigindo adaptações à cultura local como forma de materializar as estratégias, o que contribuiu para a viabilização do empreendimento. As principais conclusões indicam que o caso da UNIDA constitui-se em exemplo bem sucedido de internacionalização de um grupo educacional brasileiro.

No último artigo deste número, Mensuração do Risco de Um Projeto de Base Imobiliária a Partir do *Cash Flow At Risk*, os autores Gustavo Rezler, Wesley Vieira e Jansen Maia Del Corso apresentam os resultados gerados a partir da utilização da variação da métrica, o Cash Flow at Risk, para mensurar as probabilidades de perda financeira de um empreendimento de base imobiliária, na Cidade de Balneário Camboriú, SC. Com a utilização desta métrica os incorporadores poderão apresentar aos potenciais investidores não somente os tradicionais resultados demonstrados a partir dos cálculos utilizados em estudos de viabilidade econômico-financeira, como VPL, TIR, ROI, EVA, ROA e Payback, mas poderão mensurar os riscos de perda financeira para seus investidores e, conseqüentemente, gerenciar estes riscos no decorrer do projeto.

E assim, ao finalizar este editorial queremos registrar nossos agradecimentos a todos avaliadores, autores de demais colaboradores envolvidos nesta empreitada e manifestar nosso profundo agradecimento em nome da Revista de Negócios.

Profa. Dra. Denise Del Prá Netto Machado, Editora
Prof. Dr. Leomar dos Santos, Editor