

---

## Editorial

---

A Revista Brasileira de Estratégia REBRAE é uma publicação quadrimestral do *Programa e Pós-Graduação em Administração (PPAD/PUCPR)* da Escola de Negócios da Pontifícia Universidade Católica do Paraná que teve seu início no ano de 2008 com o objetivo de divulgar trabalhos teóricos-empíricos e/ou ensaios teóricos sobre estratégias empresariais. Desde então uma média de sete artigos sobre o tema estratégia, abrangendo pesquisas teórico-empíricas e ensaios teóricos, realizados sob abordagens metodológicas e teóricas diversas vem sendo apresentado em cada edição. Nesta edição temos a satisfação de apresentar mais sete artigos versando sobre o tema estratégia.

No primeiro artigo os autores Gabriel Camargo de Souza e Ana Elisa Bressan Smith Lourenzani, utilizando-se de pesquisa de caráter descritivo com corte transversal para coleta documental de dados de diversas franquias de alimento de 5ª geração, investigam se o perfil dos franqueados é fator determinante para o sucesso das franquias. A pesquisa evidenciou que informatização e gestores com alto grau de profissionalismo implicam resultados positivos para ambos: franqueado e franqueador. Concluem que o perfil do franqueado influencia, de maneira direta e decisiva, o sucesso da estratégia de *franchising*.

No segundo artigo os autores Fabiana Raupp, Paulo Mauricio Selig e Claudia Viviane Viegas, utilizando-se de uma pesquisa bibliográfica, abordam a questão ambiental nas indústrias e apresentam e analisam um quadro comparativo de oito grupos de indicadores de sustentabilidade a partir de dois referenciais teóricos: o científico, que é relativo à sistematização da idéia de sustentabilidade amparada em sua origem nas ciências naturais, e a norma que se refere à noção de constructos socioeconômicos, sustentado em aspectos socialmente constituídos. Concluem que os atributos mais comuns aos grupos de indicadores de sustentabilidade são aqueles relacionados à ciência em seu aspecto primordial e em segundo lugar aparecem aqueles relacionados a ações humanas e seus efeitos ambientais, dependentes da criação de conhecimento socializado por meio de normas, convenções e regras relacionadas a atividades econômicas, sociais, políticas, culturais e institucionais.

No terceiro artigo os autores, Cassius Tadeu Scarpin, Fernando Yudi Sakaguti e Maria Teresinha Arns Steiner, respaldados por um modelo de previsão de séries temporais – *Redes Neurais Artificiais de Bases Radiais* – apresentam uma proposta de planejamento estratégico de reposição de produtos nas lojas de uma rede supermercadista objetivando reduzir as ocasiões de falta de produtos nas gôndolas e de superestocagem. Segundo os autores os resultados obtidos foram altamente satisfatórios e geraram vantagens competitivas para a empresa.

No quarto artigo os autores Reynaldo Josué de Paula e Jerry Adriane Pinto de Andrade, por meio de um trabalho de natureza qualitativa e tendo como objetivo desvelar, por meio do método fenomenológico, a compreensão que cinco empresários do setor de restaurantes de Salvador têm sobre a formação da estratégia nas suas atividades empresarias. Partem do princípio de que a fenomenologia, em particular a Schütziana, pode contribuir de maneira relevante ao estudo dos fenômenos organizacionais, no sentido de desvelar elementos subjetivos contidos na práxis empresarial dos agentes econômicos em especial a o processo de formação de estratégias. Concluem que a estratégia emerge mais de um processo pragmático e da vivência dos pesquisados, do que a uma estratégia sistematicamente planejada e executada.

No quinto artigo os autores, Gustavo Barbieri Lima e Dirceu Tornavoi de Carvalho, por meio de uma pesquisa qualitativa, de natureza exploratória e com a configuração de estudo de caso, investigam em profundidade o

planejamento de ações das indústrias do setor têxtil, integrantes do Pólo Tec Tex (Arranjo Produtivo Local da região de Americana-SP). Segundo os autores os principais resultados obtidos apontam que o Pólo Tec Tex enfrenta, atualmente, algumas dificuldades com relação às suas exportações, devido, principalmente, ao “câmbio valorizado (moeda nacional)” e ao “custo Brasil”. Apontam também que várias ações estão sendo planejadas para implementação no Pólo, visando incrementar as exportações.

No sexto artigo os autores, Hernan Edgardo Contreras Alday e José Antonio Arantes Salles, utilizando-se de um estudo de caso com análise documental de dados investigam a relação da proteção da natureza e ao meio ambiente com o marketing social da empresa O Boticário, visando o posicionamento da marca. Os autores concluem que funcionários das lojas, clientes e pessoas que não são clientes ou que compram esporadicamente os produtos da empresa são convergentes nas suas percepções em relação à influência dos programas de marketing social associados à preservação da natureza e ao meio ambiente.

Finalmente, porém não menos importante, no sétimo artigo os autores, Rafael Henrique Palma Lima, Clésio Aparecido Marinho e Luiz Cesar Ribeiro Carpinetti, por meio de um estudo de caso exploratório de um Arranjo Produtivo Local metal-mecânico de Sertãozinho/SP, buscam identificar barreiras que dificultam a construção de Sistemas de Medição de Desempenho (SMD) em APL's e propor sugestões para minimizar tais barreiras. Os autores concluem, com base nas sugestões propostas que os agentes de governança podem optar por uma abordagem incremental para a construção do SMDs para o APL pelo fato de que a maioria das empresas que compõem o APL é de pequeno ou médio porte.

Assim, espera-se que também esta edição venha contribuir para o processo de geração, acumulação e sistematização de conhecimentos para o campo de estudo denominado estratégia empresarial.

Agradecemos a colaboração dos autores, dos avaliadores dos artigos e do pessoal de apoio editorial sem os quais não seria possível a realização deste empreendimento. A todos uma boa leitura.

Prof. Dr. Alceu Souza  
Editor