

Esta é a segunda edição especial neste ano de 2005 da Revista de Administração Contemporânea (RAC), composta por sete artigos já publicados na *Brazilian Administration Review* (BAR): dois artigos provenientes do número 1 do volume 2 e todos os cinco artigos do número 2 do volume 2.

Conforme afirmamos no editorial da primeira edição especial da RAC em 2005, a BAR é um periódico eletrônico de periodicidade semestral e de circulação internacional. Tal circunstância implica a utilização da língua inglesa nos textos a serem nela divulgados. Por decisão da ANPAD, Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, a RAC publicará edições especiais contendo os artigos divulgados na BAR, de modo a garantir aos autores a pontuação equivalente a “artigo publicado em periódico nacional A”, conceito da RAC no Sistema QUALIS da CAPES. Assim que a BAR passar a integrar o sistema de avaliação de periódicos da CAPES, o que deverá ocorrer no segundo semestre de 2006, ela passará a ser tratada como periódico independente da RAC.

Nesta edição especial da RAC, temos a satisfação de apresentar sete artigos. No primeiro deles, Carlos Osmar Bertero e Tatiana Iwai fazem uma revisão da trajetória empresarial do Barão de Mauá, procurando demonstrar que se tratou de um empreendedor clássico cujas ações podem ser consideradas equivocadas quando analisadas à luz dos atuais conceitos desenvolvidos no campo da estratégia, além de se relacionarem à política

governamental da época. No segundo artigo, Danny Pimentel Claro, Priscila de Oliveira Claro e Décio Zylbersztajn testam um modelo teórico de marketing de relacionamento com 67 distribuidores e 174 fornecedores de flores e plantas em vaso da Holanda, encontrando diferenças relevantes no que concerne ao foco das estratégias de sucesso adotadas por um e outro. Em artigo que se segue, Otavio Ribeiro de Medeiros e Alberto Shigueru Matsumoto relatam um estudo de evento para investigar a reação do mercado antes, durante e após os anúncios de emissões de empresas brasileiras, no período compreendido entre 1992 e 2003, corroborando a literatura internacional que evidencia retornos anormais negativos anteriores aos anúncios e também após as emissões de ações. No quarto artigo, Celso Augusto de Matos e Ricardo Teixeira Veiga investigam como os consumidores processam as informações negativas sobre empresas, sugerindo como as empresas deveriam reagir a elas; mediante a realização de um experimento de laboratório e de uma pesquisa de campo, concluem sobre o efeito nocivo da publicidade negativa nas atitudes dos consumidores, com a variável envolvimento atuando como moderadora em ambos os delineamentos do estudo. Em artigo seguinte, Sieglinde Kindl da Cunha e João Carlos da Cunha apresentam uma proposta de medida de impactos de um *cluster* turístico no desenvolvimento local, com o objetivo de avaliar, de maneira sistêmica, o seu nível de interação, competitividade e sustentabilidade e seus

efeitos em termos econômicos, sociais e ambientais, visando orientar os diferentes agentes que atuam no setor em estudo. No sexto artigo, Edgard B. Cornachione Jr. procura investigar o desempenho geral de alunos e o poder discriminante de itens específicos de provas na área de negócios, demonstrando com base em poucas questões a possibilidade de discriminar corretamente o desempenho acadêmico, o que pode implicar em ações concretas no sentido de aprimoramento dos métodos de avaliação. No último artigo, Fábio Frezatti analisa a questão da aderência conceitual, isto é, a relação entre a teoria e o que se encontra no mercado, no que concerne às práticas gerenciais das empresas brasileiras de médio e grande porte, concluindo que a aderência conceitual aos componentes táticos é maior do que aos estratégicos; além disso, constatou que os componentes de contribuições mais recentes são aqueles menos utilizados.

Na expectativa de que os sete artigos que compõem esta segunda edição especial de 2005 atendam aos interesses dos públicos leitores da RAC e da BAR, desejamos boa leitura a todos.

Tomás de Aquino Guimarães
Editor Geral da RAC

Clóvis L. Machado-da-Silva
Editor Geral da BAR
