*e*Gesta. Revista Eletrônica de Gestão de Negócios

Mestrado em Gestão de Negócios
Universidade Católica de Santos

Facultad de Ciencias Económicas e Empresariais
Universidade de Santiago de Compostela

volume 3, número 2, abr.-jun./2007

ISSN 1809-0079

Editorial, i
Antonio Carlos Freddo

Poder ou dominação? A crise humana da modernização portuária, 1
Antonio Carlos Freddo
Esther Cabado Modia

A nova realidade do marketing farmacêutico veterinário: uma estratégia b2b para o sucesso da linha pet, 23
Cláudia Borges Dias de Oliveira
Carlos Roberto de Oliveira

Comunidades de prática nas empresas de tecnologia de informação: um estudo de caso, 44
Djair Picchiai
Paulo Sergio Gonçalves de Oliveira
Meire dos Santos Lopes

Falhas no planejamento: uma adaptação do modelo dos gaps a partir de uma análise crítica do planejamento, 57
Edmundo Brandão Dantas

Aspectos reflexivos do plano de marketing no âmbito das atividades de marketing, 74
Luciano Augusto Toledo
Karen Perrotta Lopes de Almeida Prado
José Petraglia

Impactos da governança na inovação orientação de maximização de valor ao acionista e desenvolvimento de tecnologias de ruptura, 101
Marcio Tadeu Furrier

Todo dia é o mesmo dia: análise discursiva das chamadas da programação da TV Globo, 121
Ricardo Augusto Pereira Cotta

Uma proposta para Cubatão de desenvolvimento includente, sustentável e sustentado na visão de Ignacy Sachs, 124
Adalto Corrêa de Souza Junior

Última Página: El proceso de Bolonia, 126
Luis Caramés Viéitez

Expediente, 127

www.unisantos.br/mestrado/gestao/egesta/

UNISANTOS
Universidade Católica de Santos

USC
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

EDITORIAL

*e*Gesta, v. 3, n. 2, abr.-jun./2007

Antonio Carlos Freddo
Editor

Chegamos ao volume 3, número 2, de nossa *e*Gesta.

Apresentamos neste número, os artigos descrito a seguir.

Poder ou dominação? A crise humana da modernização portuária, de Antonio Carlos Freddo e Esther Cabado Modia, que analisam o trabalho de Hannah Arendt em "On violence" contrapondo-o a Habermas em seu "O conceito de poder de Hannah Arendt" buscando uma interpretação do exercício do poder na organização empresarial moderna como uma possível forma de manipulação do inconsciente dos sujeitos. Utiliza-se a formulação teórica a fim de analisar os acontecimentos que envolveram o Porto de Santos quando da paralização dos portuários contrário ao OGMO, a quem acusavam de estarem "tirando poder dos sindicatos...". A questão que se levantou foi: a transferência para o OGMO, da responsabilidade de decidir e elaborar as escalas de serviço dos portuários poderia vir a causar uma "crise humana" no porto de Santos?

A seguir, o texto *A nova realidade do marketing farmacêutico veterinário: uma estratégia b2b para o sucesso da linha pet*, de Cláudia Borges Dias de Oliveira e Carlos Roberto de Oliveira, nos dão uma mostra do atual ambiente de mercado do setor farmacêutico veterinário no Brasil. As indústrias não trabalham mais em mercados onde existem poucos concorrentes, encontrando nos veterinários a força e a influência que podem fazer a diferença na tomada de decisão de compra dos clientes desse mercado. Um boa estratégia de produto é essencial mas não suficiente para o sucesso do negócio, exigindo novas ações que contemplem canais que influenciem o processo de compra, neste caso o médico veterinário. O estudo de caso da Virbac demonstra que, por meio de novas atividades de marketing é possível entender e atender melhor veterinários e por conseqüência o consumidor.

No texto *Comunidades de prática nas empresas de tecnologia de informação: um estudo de caso*, de Djair Picchiai, Paulo Sergio Gonçalves de Oliveira e Meire dos Santos Lopes, analisam as comunidades de prática formada por grupos de pessoas com interesses comuns e auto-selecionadas, afirmando que elas têm características informais, tratando-se de um recurso utilizado estrategicamente pelas empresas e profissionais, que atuam na área de tecnologia da informação. A natureza orgânica e informal das comunidades de prática é para a gerência um grande desafio. No entanto, os gerentes devem buscar formas de incentivá-las, proporcionando infra-estrutura adequada para o seu desenvolvimento, assim como devem estabelecer critérios para mensurar a eficiência dessas comunidades e encontrar o valor que estas podem proporcionar a organização.

No texto *Falhas no planejamento: uma adaptação do modelo dos gaps a partir de uma análise crítica do planejamento*, seu autor, Edmundo Brandão Dantas, afirma que, em 1998, Parasuraman, Zeithaml e Berry desenvolveram um modelo, conhecido popularmente como "modelo de falha da qualidade em produtos ou serviços" (ou "modelo de gaps"). Com base neste modelo, o Autor propõe uma adaptação que retrata as possíveis falhas no processo de planejamento, a partir de uma análise crítica das afirmações correntes no mercado sobre o planejamento.

O texto *Aspectos reflexivos do plano de marketing no âmbito das atividades de marketing*, dos autores Luciano Augusto Toledo, Karen Perrotta Lopes de Almeida Prado e José Petraglia, tem como propósito contribuir com a discussão sobre a relevância do plano de marketing no contexto das atividades de marketing. O trabalho foi estruturado sob a modalidade de ensaio, e compõe-se de uma revisão do referencial teórico, mediante uma análise conceitual crítica de alguns aspectos pertinentes ao assunto. O tema é tratado sob uma perspectiva de um sistema hierárquico de decisões, pondo-se em destaque o marketing como uma função da troca e o papel do marketing no direcionamento da gestão estratégica. É estudada, ainda, a importância do plano de marketing e principais equívocos. O trabalho conclui com a afirmação de que o plano de marketing não é uma solução para todos os problemas de uma empresa. Entretanto, ele auxilia na antecipação dos estados futuros desejados, direcionando o caminho a ser trilhado. É sobre tudo, um instrumento facilitador,

integrador e "potencializador" das estratégias empresariais, em cenários competitivos caracterizados por crescente complexidade, volatilidade e incerteza.

Finalmente, em *Impactos da governança na inovação orientação de maximização de valor ao acionista e desenvolvimento de tecnologias de ruptura*, seu autor, Marcio Tadeu Furrier, aborda a relação entre a orientação de maximização de valor ao acionista e sua aplicação no contexto da inovação tecnológica. Avaliou-se o impacto do atual estágio do capitalismo financeiro, manifestado no poder do mercado acionário sobre as empresas de capital aberto, nas decisões de investimento em tecnologias de ruptura. O autor afirma que pareceu sustentável a hipótese de que, por meio dos mecanismos de controle e resposta implementados na governança corporativa, pode-se influir negativamente nas decisões de implementação de inovações de ruptura. Sugere, também o autor, caminhos adicionais de pesquisa em torno do tema e da relação entre as teorias.

A seguir, apresentamos as resenhas, que, como tem sido a norma da revista, privilegiam os trabalhos dos mestrandos do Programa de Mestrado em Gestão de Negócios da Universidade Católica de Santos.

São elas:

Todo dia é o mesmo dia: análise discursiva das chamadas da programação da TV Globo, de Ricardo Augusto Pereira Cotta.

Uma proposta para Cubatão de desenvolvimento includente, sustentável e sustentado na visão de Ignacy Sachs, de Adalto Corrêa de Souza Junior.

Por fim, nossa *Última Página*, El Proceso de Bolonia, de autoria de Luis Caramés Viéitez, Diretor da Cátedra Bolívar, da Universidade de Santiago de Compostela, que aborda as mudanças acadêmicas que vèm ocorrendo na universidade européia, com a implementação do programas de mestrado, de acordo com a chamada Carta de Bolonha.

Mais uma vez, meus agradecimentos a todos aqueles que vêm participando, direta e indiretamente, para que esta revista se torne realidade.

A todos, minhas

Saudações

Prof. Dr. Antonio Carlos Freddo
Editor