

eGesta

Editorial

eGesta, v. 5, n. 4, out.-dez./2009

Antonio Carlos Freddo
Mestrado em Gestão de Negócios
Universidade Católica de Santos

Maria Cadaval Sampedro
Faculdade de Ciências Económicas e Empresariais
Universidade de Santiago de Compostela

Uma vez mais, bem-vindos à mais uma edição da eGesta!

Apresentamos, neste volume 5, número 4, da eGesta, os seguintes artigos:

ESTUDO COMPARATIVO SOBRE AS CARACTERÍSTICAS DOS ALUNOS INADIMPLENTES DE DUAS UNIVERSIDADES DO INTERIOR DO ESTADO DE SÃO PAULO, dos autores Thiago Flávio de Souza, Silvia Helena Carvalho Ramos Valladão de Camargo, Antonio Carlos Giuliani, Mario Sacomano Neto e Valéria Rueda Elias Spers.

Dizem os autores, que no segmento educacional a inadimplência possui diversas características e, dessa forma, tem motivado estudos que identifiquem as condições do cenário atual em confronto com as dificuldades e expectativas dos alunos, visando reduzir o seu crescimento e contribuir para a continuidade do estudante na instituição. Com objetivo de compreender o problema em questão, este trabalho buscou, por meio de pesquisa exploratória, identificar as principais características dos alunos inadimplentes, em duas IES do interior do estado de São Paulo. Acredita-se que ao conhecer algumas de suas características, é possível minimizar a inadimplência não só educacional, mas de diversos setores da economia.

MARKETING DE VAREJO: COMO SUPERMERCADOS DE PEQUENO PORTE CONQUISTAM CLIENTES EM BAIROS DE SANTOS, de José Alberto Carvalho dos Santos Claro, Eldia Lima, Carolina Tassinari Mariano, Fabiana Rodrigues de Oliveira e Laura Cristina Ribeiro.

Os autores afirmam que o presente trabalho se propõe a identificar os reais efeitos das estratégias de marketing de varejo utilizados por supermercados de pequeno porte na cidade de Santos, atingindo os seguintes bairros: Marapé, Vila Rica, Embaré e Ponta da Praia. A metodologia utilizada foi composta de pesquisa exploratória em referencial bibliográfico, com pesquisa de campo contando com a participação de gerentes e consumidores. O resultado da pesquisa serviu para conhecer as ferramentas de marketing utilizadas pelos donos dos estabelecimentos pesquisados, além de observar com os consumidores se as ferramentas são as mais indicadas e os fideliza.

FORMAÇÃO DE ALIANÇAS ESTRATÉGICAS: ESTUDO EXPLORATÓRIO NA ÁREA DE VAREJO FARMACÊUTICO, de Bianca Bonassi Ribeiro, Moisés Ari Zilber e Vanderli Correia Prieto.

Os autores declaram, neste texto, que alianças estratégicas atuam como alternativa para a obtenção de recursos e habilidades em situações que não poderiam ser alcançados por uma empresa isoladamente. As alianças se manifestam de diferentes formas, adaptando-se aos interesses comuns e as novas tendências de mercado. Objetivou-se com este estudo verificar os tipos de alianças estratégicas praticadas pelo varejo farmacêutico. A escolha do setor justifica-se por sua relevância econômica e alta competitividade. Foi realizada uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, baseada em entrevistas em profundidade. Dez farmácias e drogarias participaram desse estudo. Como resultados da pesquisa identificou-se sete tipos de alianças estratégicas praticadas por estas empresas.

INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS VIA CONSÓRCIO DE EXPORTAÇÃO: O CASO *WINES FROM BRAZIL*, de Gustavo Barbieri Lima, Sheila Farias Alves Garcia e Dirceu Tornavoi de Carvalho.

Para os autores, o artigo retrata a realidade de empresas brasileiras que vêm procurando unir esforços através de ações conjuntas em redes inter-organizacionais de cooperação, especificamente os consórcios de exportação, para adentrarem ao mercado internacional e se manterem competitivas. Desde 1997, com a criação da Agência de Promoção de Exportação (APEX-Brasil), os consórcios de exportação ressurgiram no Brasil como importante instrumento na internacionalização de empresas. O objetivo central do presente estudo é investigar a estratégia de internacionalização do Projeto Setorial Integrado (PSI) *Wines from Brazil* via consórcio de exportação, com o intuito de conquistar mercados externos e expandir suas vendas internacionais.

RELEVÂNCIA DA ATMOSFERA DA LOJA NO VAREJO DE MODA, de Marconi Freitas da Costa e Neilza Oliveira de Queiroz.

O presente trabalho teve como objetivo analisar relevância da atmosfera da loja como uma ferramenta estratégica capaz de influenciar no comportamento de compra do consumidor. Foi feita uma pesquisa quantitativa com uma amostra não-probabilística de 150 consumidores de moda, e as informações foram tabuladas por meio de tabelas e analisadas através de estatística descritiva de frequência utilizando o SPSS. Foi possível averiguar que a atmosfera da loja proporciona o encontro entre o consumidor e o produto, já que a comunicação e a identidade visual são os primeiros fatores a serem percebidos pelo consumidor e impactam positivamente ou negativamente.

BALANÇO SOCIAL EM UMA INSTITUIÇÃO DE SAÚDE SEM FINS LUCRATIVOS: IMPLANTAÇÃO NA SANTA CASA DA MISERICÓRDIA DE SANTOS, de autoria de João Eduardo Prudêncio Tinoco, Carlos Masaji Miashiro, Léo Tadeu Robles e Ivam Ricardo Peleias.

Para os autores, o artigo descreve e avalia as etapas que compuseram o processo de implantação, elaboração e de divulgação do Balanço Social da Santa Casa da Misericórdia de Santos, e analisa as informações nele evidenciadas nos exercícios de 2004, 2005 e 2006. Foram identificados os aspectos críticos no processo de elaboração, bem como evidenciou e analisou indicadores específicos do desempenho hospitalar da instituição. Empregou-se como metodologia uma pesquisa exploratória de Estudo de Caso Único, utilizando-se para a coleta de dados pesquisas de dois tipos: bibliográfica, documental, observação direta, observação participante e aplicação de entrevistas. Com a pesquisa foi possível perceber, entre outras coisas, a importância do envolvimento das diretorias e gerências no planejamento e acesso aos dados, a dificuldade de se elaborar o Balanço Social utilizando-se simultaneamente várias fontes de informações, sem uma base de dados unificada, e a necessidade de se respeitar concepções teóricas na elaboração.

A seguir, apresentamos duas resenhas:

MARKETING DE RELACIONAMENTO – UMA FERRAMENTA PARA AS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR: ESTUDO SOBRE PORTAL INSTITUCIONAL,

resenha da dissertação de PENTEADO, Marcus Teixeira. *Marketing de Relacionamento – uma ferramenta para as Instituições de Ensino Superior: estudo sobre Portal Institucional*. Santos, SP: UniSantos, 2008, elaborada pelo Prof. Dr. José Alberto Carvalho dos Santos Claro, do Mestrado em Gestão de Negócios da Universidade Católica de Santos.

ASPECTOS LOGÍSTICOS DO ESCOAMENTO DO AÇÚCAR PAULISTA: TRECHO USINA – PORTO DE SANTOS,

resenha da dissertação de Bruno Pompeu Corrêa da Costa do Programa de Mestrado em Engenharia de Produção, Universidade Federal de São Carlos, UFSCar, XXX de 2007,

elaborada pela professora Maria Rita Pontes Assumpção, do Mestrado em Gestão de Negócios da Universidade Católica de Santos.

Estes são, pois, os artigos divulgados neste número. Mais uma vez, meus agradecimentos a todos aqueles que tiveram, direta ou indiretamente, participação na elaboração deste número.

Uma vez mais, pedimos aos autores que pretendem enviar textos para avaliação e publicação na eGesta, que respeitem as normas editoriais da revista, que seguem as normas da ABNT. A correta apresentação dos artigos, condizente com a formação de mestres e doutores, que assim demonstram seu conhecimento da metodologia de apresentação de papers acadêmico-científicos e o respeito às normas editoriais (e às normas da ABNT) evita o que vem ocorrendo: a recusa sistemática de artigos em que prevalece o conceito em nada acadêmico de que "a norma sou eu", ou como ouvimos de um autor ao qual solicitamos que refizesse seu artigo: "Eu não gosto das normas da ABNT".... Ora, à uma realidade formada por indivíduos que aceitam as normas para sobreviver chamamos de sociedade. Pergunto-me se essas pessoas obedecem outras normas. Lei de Trânsito, por exemplo....

E o número é significativo. Dos oitenta papers recebidos no ano de 2009, 58 estavam fora das normas. Gostaríamos de pedir, também, que os autores tomem cuidado ao inserir figuras, quadros e tabelas, para que elas não saiam do lugar quando formatarmos o texto no InDesign para gerar o pdf, ocasionando prejuízo à boa compreensão do artigo.

Aos autores aos quais pedimos reformatar o texto e que o fizeram com agilidade e presteza, meus agradecimentos.

A todos, boa leitura! E a todos, um Feliz Natal e um Excelente 2010!

Prof. Dr. Antonio Carlos Freddo

Mestrado em Gestão de Negócios

Universidade Católica de Santos

Profa. Dra. María Cadaval Sampedro

Faculdade de Ciências Económicas e Empresariais

Universidade de Santiago de Compostela

eGesta, vol. 5, núm. 4, out.-dez./2009
Artigos e Autores

ESTUDO COMPARATIVO SOBRE AS CARACTERÍSTICAS DOS ALUNOS
INADIMPLENTES DE DUAS UNIVERSIDADES DO INTERIOR DO ESTADO DE SÃO
PAULO

Thiago Flávio de Souza
Silvia Helena Carvalho Ramos Valladão de Camargo
Antonio Carlos Giuliani
Mario Sacomano Neto
Valéria Rueda Elias Spers

MARKETING DE VAREJO: COMO SUPERMERCADOS DE PEQUENO PORTE
CONQUISTAM CLIENTES EM BAIROS DE SANTOS

José Alberto Carvalho dos Santos Claro
Eldia Lima
Carolina Tassinari Mariano
Fabiana Rodrigues de Oliveira
Laura Cristina Ribeiro

FORMAÇÃO DE ALIANÇAS ESTRATÉGICAS: ESTUDO EXPLORATÓRIO NA ÁREA
DE VAREJO FARMACÊUTICO

Bianca Bonassi Ribeiro
Moisés Ari Zilber
Vanderli Correia Prieto

INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS VIA CONSÓRCIO DE EXPORTAÇÃO: O
CASO *WINES FROM BRAZIL*

Gustavo Barbieri Lima
Sheila Farias Alves Garcia
Dirceu Tornavoi de Carvalho

RELEVÂNCIA DA ATMOSFERA DA LOJA NO VAREJO DE MODA

Marconi Freitas da Costa
Neilza Oliveira de Queiroz

BALANÇO SOCIAL EM UMA INSTITUIÇÃO DE SAÚDE SEM FINS LUCRATIVOS:
IMPLANTAÇÃO NA SANTA CASA DA MISERICÓRDIA DE SANTOS

João Eduardo Prudêncio Tinoco

Carlos Masaji Miashiro

Léo Tadeu Robles

Ivam Ricardo Peleias

MARKETING DE RELACIONAMENTO – UMA FERRAMENTA PARA AS
INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR: ESTUDO SOBRE PORTAL INSTITU-CIONAL

José Alberto Carvalho dos Santos Claro

ASPECTOS LOGÍSTICOS DO ESCOAMENTO DO AÇÚCAR PAULISTA: TRECHO
USINA – PORTO DE SANTOS

Maria Rita Pontes Assumpção

eGesta, vol. 5, núm. 3, jul.-set./2009
Autores e Artigos

Thiago Flávio de Souza

Silvia Helena Carvalho Ramos Valladão de Camargo

Antonio Carlos Giuliani

Mario Sacomano Neto

Valéria Rueda Elias Spers

ESTUDO COMPARATIVO SOBRE AS CARACTERÍSTICAS DOS ALUNOS
INADIMPLENTES DE DUAS UNIVERSIDADES DO INTERIOR DO ESTADO DE SÃO
PAULO

José Alberto Carvalho dos Santos Claro

Eldia Lima

Carolina Tassinari Mariano

Fabiana Rodrigues de Oliveira

Laura Cristina Ribeiro

MARKETING DE VAREJO: COMO SUPERMERCADOS DE PEQUENO PORTE
CONQUISTAM CLIENTES EM BAIROS DE SANTOS

Bianca Bonassi Ribeiro

Moisés Ari Zilber

Vanderli Correia Prieto

FORMAÇÃO DE ALIANÇAS ESTRATÉGICAS: ESTUDO EXPLORATÓRIO NA ÁREA
DE VAREJO FARMACÊUTICO

Gustavo Barbieri Lima

Sheila Farias Alves Garcia

Dirceu Tornavoi de Carvalho

INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS VIA CONSÓRCIO DE EXPORTAÇÃO: O
CASO *WINES FROM BRAZIL*

Marconi Freitas da Costa

Neilza Oliveira de Queiroz

RELEVÂNCIA DA ATMOSFERA DA LOJA NO VAREJO DE MODA

João Eduardo Prudêncio Tinoco

Carlos Masaji Miashiro

Léo Tadeu Robles

Ivam Ricardo Peleias

BALANÇO SOCIAL EM UMA INSTITUIÇÃO DE SAÚDE SEM FINS LUCRATIVOS:
IMPLANTAÇÃO NA SANTA CASA DA MISERICÓRDIA DE SANTOS

José Alberto Carvalho dos Santos Claro

MARKETING DE RELACIONAMENTO – UMA FERRAMENTA PARA AS
INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR: ESTUDO SOBRE PORTAL INSTITU-CIONAL

Maria Rita Pontes Assumpção

ASPECTOS LOGÍSTICOS DO ESCOAMENTO DO AÇÚCAR PAULISTA: TRECHO
USINA – PORTO DE SANTOS

eGesta, vol. 5, núm. 3, jul.-set./2009
Artigos e Autores

CONDUTOR DE CARRETA X ESPECIALISTA TÉCNICO EM DIREÇÃO DEFENSIVA (ETDD): UMA MUDANÇA DE PARADIGMA PARA O TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE PRODUTOS PERIGOSOS (TRPP)

Lucimar Cardoso Augusto
Sérgio Pinto Amaral

ENOTURISMO. RETOMANDO O CULTO A BACO ATRAVÉS DO TURISMO
Ewerton Reubens Coelho Costa.

ESTUDO DOS FATORES QUE LIMITAM A PRODUÇÃO DE MATÉRIA PRIMA PARA O BIODIESEL NO SUL DO ESTADO DE MINAS GERAIS

Jairo Gustavo de Lima
Osmar Vicente Chévez Pozo

REFLEXÃO SOBRE A EMPREGABILIDADE DA ESTIVA NO PORTO DE SANTOS, NA PERSPECTIVA DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Sandra de Oliveira Soares Cardoso
Antonio Carlos Freddo

QUESTÕES SOBRE A MULTIFUNCIONALIDADE NAS OPERAÇÕES PORTUÁRIAS EM SANTOS, de Norberto Luiz de França Paul

Antonio Carlos Freddo

E-BRANDING: INTERATIVIDADE DAS MARCAS SÓLIDAS NA INTERNET

Karen Perrotta Lopes de Almeida Prado
Camila Siqueira Campos Roxo Ramos
João Carlos Hilgert do Amarante
Denise Ramos La Selva Pires
Marcelo Trevisani

Autores e Artigos

Lucimar Cardoso Augusto

Sérgio Pinto Amaral

CONDUTOR DE CARRETA X ESPECIALISTA TÉCNICO EM DIREÇÃO DEFENSIVA (ETDD): UMA MUDANÇA DE PARADIGMA PARA O TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE PRODUTOS PERIGOSOS (TRPP)

Ewerton Reubens Coelho Costa

ENOTURISMO. RETOMANDO O CULTO A BACO ATRAVÉS DO TURISMO

Jairo Gustavo de Lima

Osmar Vicente Chévez Pozo

ESTUDO DOS FATORES QUE LIMITAM A PRODUÇÃO DE MATÉRIA PRIMA PARA O BIODIESEL NO SUL DO ESTADO DE MINAS GERAIS

Sandra de Oliveira Soares Cardoso

Antonio Carlos Freddo

REFLEXÃO SOBRE A EMPREGABILIDADE DA ESTIVA NO PORTO DE SANTOS, NA PERSPECTIVA DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Norberto Luiz de França Paul

Antonio Carlos Freddo

QUESTÕES SOBRE A MULTIFUNCIONALIDADE NAS OPERAÇÕES PORTUÁRIAS EM SANTOS

Karen Perrotta Lopes de Almeida Prado

Camila Siqueira Campos Roxo Ramos

João Carlos Hilgert do Amarante

Denise Ramos La Selva Pires

Marcelo Trevisani

E-BRANDING: INTERATIVIDADE DAS MARCAS SÓLIDAS NA INTERNET

eGesta, vol. 5, núm. 2, abr.-jun./2009
Artigos e Autores

INFRA-ESTRUTURA AEROPORTUÁRIA: ESTUDO DE CASO DE UM AEROPORTO INTERNACIONAL INTEGRADO À ECONOMIA MUNDIAL

Josmar Cappa
José Henrique Souza
Takeshy Tachizawa
Hamilton Pozo

PLANO-SEQUÊNCIA: PROPOSTA DA TEORIA DO CONTROLE GERENCIAL PARA A GESTÃO DO PATRIMÔNIO FAMILIAR

Mariano Yoshitake
Marinette Santana Fraga
Marcelo Prímola Magalhães
Moacyr da Cruz Costa Júnior

INTERNATIONALIZATION OF BRAZILIAN MNCS IN CEMENT INDUSTRY: A KNOWLEDGE FLOW APPROACH

Belmiro do Nascimento João
Matheus Iwao Oshikiri
Aldo Brunhara

USO DA MATRIZ *TRADE-OFF* PARA IDENTIFICAÇÃO DE PREFERÊNCIAS DOS CLIENTES DE UM SUPERMERCADO DE PEQUENO PORTE

Manuel Meireles
José Osvaldo De Sordi
Cida Sanches
Márcio Marietto

LOS GOBIERNOS LOCALES EN ESPAÑA: REALIDAD Y PROPUESTA

María Dolores Cadaval Sampedro

A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO DE MARKETING EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR: ESTUDO DE CASO EM UMA INSTITUIÇÃO PRIVADA

Juliana Savoy Fornari
Antonio Carlos Giuliani
Mario Sacomano Neto
Ethel Cristina Chiari da Silva
Silvia Helena Carvalho Ramos Valladão de Camargo

Autores e Artigos

Josmar Cappa

José Henrique Souza

Takeshy Tachizawa

Hamilton Pozo

INFRA-ESTRUTURA AEROPORTUÁRIA: ESTUDO DE CASO DE UM AEROPORTO INTERNACIONAL INTEGRADO À ECONOMIA MUNDIAL

Mariano Yoshitake

Marinette Santana Fraga

Marcelo Prímola Magalhães

Moacyr da Cruz Costa Júnior

PLANO-SEQUÊNCIA: PROPOSTA DA TEORIA DO CONTROLE GERENCIAL PARA A GESTÃO DO PATRIMÔNIO FAMILIAR

Belmiro do Nascimento João

Matheus Iwao Oshikiri

Aldo Brunhara

INTERNATIONALIZATION OF BRAZILIAN MNCS IN CEMENT INDUSTRY: A KNOWLEDGE FLOW APPROACH

Manuel Meireles

José Osvaldo De Sordi

Cida Sanches

Márcio Marietto

USO DA MATRIZ *TRADE-OFF* PARA IDENTIFICAÇÃO DE PREFERÊNCIAS DOS CLIENTES DE UM SUPERMERCADO DE PEQUENO PORTE

María Dolores Cadaval Sampedro

LOS GOBIERNOS LOCALES EN ESPAÑA: REALIDAD Y PROPUESTA

Juliana Savoy Fornari

Antonio Carlos Giuliani

Mario Sacomano Neto

Ethel Cristina Chiari da Silva

Silvia Helena Carvalho Ramos Valladão de Camargo

A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO DE MARKETING EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR: ESTUDO DE CASO EM UMA INSTITUIÇÃO PRIVADA

eGesta, vol. 5, núm. 1, jan.-mar./2009
Artigos e Autores

TEMÁTICAS EM T&D NAS ESCOLAS NACIONAIS DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA
E O *NEW PUBLIC MANAGEMENT*

Waldemar Álvaro Di Giacomo

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR: PROPOSTA DE UM MODELO

Francisco Antonio Serralvo

INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL CORPORATIVO: UM ESTUDO ENTRE
EMPRESAS DO SETOR ELÉTRICO

Antônio André Cunha Callado

Aldo Leonardo Cunha Callado

Horst Dieter Moller

Daiane Mülling Neutzling

INTRA-EMPREENDEDORISMO EM ORGANIZAÇÕES HOSPITALARES ILUSÃO OU
REALIDADE?

Andreia Maria Berto

Luciano A. Prates Junqueira

A IMPLANTAÇÃO DO BALANÇO SOCIAL E AS INFORMAÇÕES EVIDENCIADAS
EM UMA INSTITUIÇÃO DE SAÚDE SEM FINS LUCRATIVOS O CASO DA SANTA
CASA DA MISERICÓRDIA DE SANTOS

Carlos Masaji Miashiro

João Eduardo Prudêncio Tinoco.

Autores e Artigos

Waldemar Álvaro Di Giacomo

TEMÁTICAS EM T&D NAS ESCOLAS NACIONAIS DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA
E O *NEW PUBLIC MANAGEMENT*

Francisco Antonio Serralvo

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR: PROPOSTA DE UM MODELO

Antônio André Cunha Callado

Aldo Leonardo Cunha Callado

Horst Dieter Moller

Daiane Mülling Neutzling

INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL CORPORATIVO: UM ESTUDO ENTRE
EMPRESAS DO SETOR ELÉTRICO

Andreia Maria Berto

Luciano A. Prates Junqueira

INTRA-EMPREENDEDORISMO EM ORGANIZAÇÕES HOSPITALARES ILUSÃO OU REALIDADE?

Carlos Masaji Miashiro

João Eduardo Prudêncio Tinoco

A IMPLANTAÇÃO DO BALANÇO SOCIAL E AS INFORMAÇÕES EVIDENCIADAS EM UMA INSTITUIÇÃO DE SAÚDE SEM FINS LUCRATIVOS O CASO DA SANTA CASA DA MISERICÓRDIA DE SANTOS

Avaliadores *ad-hoc*

Ana Akemi Ikeda

Universidade de São Paulo
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Antonio Robles Junior

Universidade de São Paulo
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Arturo Rodríguez Castellanos

Universidad del País Vasco

Dagmar Silva Pinto de Castro

Universidade Metodista de São Paulo

Edson Crescitelli

Universidade de São Paulo
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Esther Cabado Modia

Instituto de Negócios
Universidade Bandeirante de São Paulo

Fábio Duarte de Araújo Silva

Pontifícia Universidade Católica do Paraná

Getúlio Kazue Akabane

Universidade Católica de Santos
Mestrado em Gestão de Negócios

Ignasi Lerma Montero

Universitat de València
Facultat de Ciències Socials

Jean Pierre Marras

Universidade Metodista de São Paulo
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

José Alberto Carvalho dos Santos Claro

Universidade Católica de Santos
Mestrado em Gestão de Negócios

Joshua Onome Imoniana
Universidade Metodista de São Paulo

Julio Vázquez Navarrete
Universidad de Santiago de Compostela
Facultad de Derecho

Léo Tadeu Robles
Universidade Católica de Santos
Mestrado em Gestão de Negócios

Loreto Fernández Fernández
Universidad de Santiago de Compostela
Facultade de Ciencias Económicas e Empresariais

Luciano Antonio Prates Junqueira
Universidade Católica de Santos
Mestrado em Gestão de Negócios
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
Programa de Pós-Graduação em Administração

Maria Dolores Cadaval Sampedro
Universidad de Santiago de Compostela
Facultade de Ciencias Económicas e Empresariais

Marta Fernández Currás
Xunta de Galicia
Consellería de Economía e Facenda
Intervención Xeral da Comunidade Autónoma de Galicia

Oswaldo De Sordi
Universidade Católica de Santos
Mestrado em Gestão de Negócios

Severino Agra
Universidade Federal da Bahia

Sigmar Malvezzi
Universidade de São Paulo
Instituto de Psicologia

Leonardo Pagano
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
Facultade de Economia e Administração

Marcos Cortez Campomar

Universidade de São Paulo

Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Mauro Neves Garcia

IMES - Universidade Municipal de São Caetano do Sul

Zaki Akel Sobrinho

Universidade Federal do Paraná

Estatísticas

Ano de 2009

Textos recebidos:	80
Textos analisados:	60
Textos recusados:	42
Textos aceitos:	12
Textos pendentes (2008):	10
Saldo de textos para análise:	34

Tempo médio entre o recebimento, aceitação e publicação: 8 meses.