

Prezados Pesquisadores, Acadêmicos, Dirigentes e Comunidade Empresarial

É com muita honra que oferecemos a vocês o novo exemplar da REVISTA FACES de Administração – uma revista de idéias. Contando com um corpo editorial de alto nível e de revisores do mais alto padrão, que atuam através do processo de *double blind review*, a revista FACES busca uma ênfase de qualidade em sua linha editorial. Apresentamos neste número uma série de excelentes artigos, todos provenientes de pesquisas empíricas e assinados por respeitáveis pesquisadores do cenário nacional. Em breves linhas, estaremos tecendo comentários sobre o conteúdo deste exemplar.

No que se refere a novos produtos, apresenta-se dois artigos relevantes. No primeiro denominado “Como elaborar produtos de sucesso na Indústria – Um estudo empírico aplicando análise discriminante”, o professor Carlos Alberto Gonçalves e equipe apresentam dados que demonstram os elementos que distinguem as empresas que elaboram produtos de sucesso. Já na pesquisa denominada “Gestão do conhecimento de marketing: uma pesquisa empírica no setor industrial”, os autores debatem a importância da gestão do conhecimento de marketing e orientação ao mercado como forma de gerar produtos de sucesso no mercado.

Em seguida, o comportamento do consumidor é revisitado no artigo “-Uma Investigação Empírica sobre Risco Percebido do Consumidor e suas Estratégias Redutoras através de Diferentes Tipos de Serviços” dos pesquisadores Sérgio Carvalho Benício de Mello e James Anthony Falk, um estudo que visa buscar um melhor entendimento de como acontece o processo de decisão dos consumidores

quando na escolha de prestadoras de serviços através do modelo do risco percebido.

O trabalho denominado “Validação das medidas usadas no exame empírico de um modelo de qualidade de serviços” retrata os problemas para medição e escalonamento de construtos tratando de um caso real trabalhado pelo professor Ricardo Teixeira Veiga e equipe, trazendo importantes constatações sobre qualidade, satisfação e intenções comportamentais.

Já em “Gestão do conhecimento e a gestão pela qualidade: a experiência de uma grande empresa brasileira”, a professora Renata Souza Guerra apresenta os novos contextos produtivos e a importância do conhecimento na passagem da regulação fordista para a produção flexível, através de um estudo de caso que trata das interfaces entre a gestão do conhecimento e o processo de gestão da qualidade.

No artigo intitulado “Relacionamento em bancos comerciais: a adaptação de escalas” a professora Marlusa Gosling adaptou as escalas propostas por Morgan e Hunt (1994) para o contexto bancário brasileiro, avaliando a confiabilidade simples e composta entre outros procedimentos de validação.

No nosso intuito de fomentar o desenvolvimento da Ciência no Brasil, é para nós uma honra contribuir para disseminação do conhecimento e produção acadêmica de pesquisadores entre as comunidades científica e empresarial.

Boa Leitura!

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho
Editor Geral - FACES
Revista de Administração

To Researchers, Academics, Executives, and the Business Community

Dear sirs

We are very proud to offer you the new REVISTA *FACES on Management – a magazine of ideas*. As it relies on a high level editorial body and on a group of high standard referees acting through the process of double blind review, *FACES* gives great emphasis to the quality of its editorial line. In this issue we are introducing several excellent articles, all of them the result of empirical research and signed by respected researchers in the national scene. We are dedicating a few lines to comment on the contents of this edition.

As to new products, there are two relevant articles. In the first – titled “How to develop successful products in manufacturing – An empirical study using discriminant analysis”, Professor Carlos Alberto Gonçalves and his team introduce data that show clearly the elements that distinguish the companies that develop successful products. In the research “Management of marketing know-how: an empirical research in the industrial sector”, the authors discuss the importance of the management of marketing know-how and market orientation as a means of developing products to succeed in the market.

Next, consumer behavior is revisited in the article “An Empirical Investigation on Perceived Consumer Risk and Reducing Strategies through Several types of Services” by researchers Sérgio Carvalho Benício de Mello and James Anthony Falk, a study that aims at reaching a better understanding of how the decision process of consumers happens in picking service providers through the model of perceived risk.

The article titled “Validation of measurements used in the empirical study of a model of quality services” shows the problems in measurement and scaling of constructs by dealing with a concrete case studied by Professor Ricardo Teixeira Veiga and his team, bringing in new ideas on quality, satisfaction, and behavioral intentions.

In “Knowledge Management and Management through quality: the experience of a large Brazilian company”, Professor Renata Souza Guerra introduces the new productive contexts and the importance of knowledge in passing from fordist regulation to flexible production, through a case study dealing with the interfaces between knowledge management and the process of quality management.

In “Relationships in Commercial Banking: scale adaptation”, Professor Marlusa Gosling and Professor Carlos Alberto Gonçalves adapt the scales proposed by Morgan and Hunt (1994) to Brazilian banking environment, evaluating simple and compound reliability among other validation processes.

In our intention of fostering the development of the Science in Brazil we feel proud to contribute to the spread of academic knowledge and production of researchers among scientific and business communities.

Good reading!

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho
General Editor - *FACES*
Revista de Administração