

Prezados Pesquisadores, Acadêmicos, Dirigentes e Comunidade Empresarial

É com muita honra que oferecemos a vocês o novo exemplar da REVISTA FACES. Apresentamos neste número uma série de artigos e ensaios que versam sobre diversos aspectos relevantes da gestão empresarial. Em breves linhas, estaremos tecendo comentários sobre o conteúdo deste exemplar, que mescla artigos de Administração da Produção, Mercadologia, Finanças e Gestão Social/Ambiental.

No artigo "*Viabilizadores para a Supply Chain Management*", Luiz Felipe Scavarda e Annibal José Scavarda apresentam, descrevem e analisam os viabilizadores-chave para a SCM. Com isso, pretendem habilitar a compreensão e relevância do seu uso combinado. Os viabilizadores da SCM analisados são: nível de relacionamento externo com outros membros pertencentes à mesma cadeia, integração dos processos de negócios entre esses membros, tecnologia de informação e gestão de recursos humanos.

Em "*Comportamento do consumidor de refrigerantes: fontes de informação e atributos importantes para a decisão de compra*", Juliana Maria Magalhães Christino e Gustavo Quiroga Souki objetivam conhecer o comportamento de compra dos consumidores de refrigerantes com ênfase para as fontes de informação utilizadas e os atributos considerados importantes para a decisão de compra. Para tanto, foi realizado levantamento do tipo survey, de natureza descritiva, baseado em corte transversal, com variáveis quantitativas, totalizando 400 entrevistas pessoais nas diferentes regiões administrativas de Belo Horizonte, Minas Gerais.

Já no artigo "*Informação e qualidade na compra de carne bovina*", Marcia Dutra de Barcellos identifica o grau de importância de informações diretamente relacionadas à qualidade de carne bovina, a

partir de uma amostra de 400 consumidores. Além disso, utilizando-se da estatística multivariada através da análise fatorial, foram identificados fatores relacionados à informação como indicadores de qualidade.

Miguel Mauricio Isoni e João Agnaldo do Nascimento buscam, no artigo "*Reputação corporativa: mensuração e análise de mapas perceptuais - um estudo empírico na indústria automobilística brasileira*", mostrar a pertinência de parâmetros e atributos de gestão reputacional percebidos pelos consumidores das marcas Fiat e Volks da indústria automobilística brasileira, através de quatro dimensões: (1) imagem, reputação e credibilidade; (2) relação com a comunidade; (3) ética e sustentabilidade; (4) decisão de compra ou recompra. Com uma amostra de 316 respondentes de dois estados brasileiros, buscou-se verificar a reputação da indústria automobilística, sendo verificada a confiabilidade da escala, bem como traçados mapas perceptuais para análise dos resultados.

No artigo intitulado "*Fluxos de capital no Brasil pós-Plano Real*", Horst Dieter Möller e Antônio André Cunha Callado focalizam os fluxos de capital no Brasil pós-Plano Real sob os problemas da globalização financeira para mercados emergentes. Nesse sentido, concluem os autores, os fluxos de capital trazem, em geral, benefícios para a economia nacional, mas podem também piorar expressivamente a situação econômica do país em tempos de crise.

Boa Leitura!

Dear Researchers, Academics, Managers and Business Community

We are honored to offer you a new issue of *REVISTA FACES*. In this issue we introduce a series of essays dealing with several relevant aspects of business management. We comment below on the contents of this issue combining articles on administration of production, marketing, finances and social and/or environmental management. In the essay "Supply Chain Management viabilizers", Luiz Felipe Scavarda and Annibal José Scavarda describe and analyze key supply chain viabilizers. In so doing, they intend to stress the relevance of its continuing use. These SCM viabilizers are: level of external relationship with other members of the same chain, integration of the business processes among these members, information technology and manpower management.

In "Behavior of the soft drink consumer: sources of information and important attributes for the decision to buy" Juliana Maria Magalhães Christino and Gustavo Quiroga Souki aim to understand the behavior of soft drink consumers, emphasizing the sources of the information they use and the attributes considered relevant to the decision to buy. Therefore, a survey descriptive in nature was conducted, based on a cross section with quantitative variables, amounting to 400 personal interviews in the different administrative regions of Belo Horizonte, Minas Gerais.

In the article "Information and quality in the purchase of beef", Marcia Dutra de Barcellos identifies the importance of the information directly related to the quality of beef using a sample of 400 consumers. Furthermore, multivariate statistics through factor analysis was used to identify the factors related to the information as indicator of quality.

In "Corporate reputation: measurement and analysis of perceptual maps – an empirical study in Brazilian auto industry" Miguel Maurício Isoni and João Agnaldo do Nascimento seek to demonstrate the pertinence of parameters and attributes of reputation management as perceived by consumers of Fiat and Volkswagen in Brazilian auto industry through four dimensions: (1) image, reputation and credibility; (2) relations with the community; (3) Ethics and sustainability; (4) decision to purchase or repurchase. With a sample of 316 subjects from two Brazilian states, the authors sought to check the reputation of the auto industry, to verify the reliability of the scale, and to draw the perceptual maps in order to analyze the results.

In *Capital flows in Brazil after Plano Real*, Horst Dieter Möller and Antônio André Cunha focus on the capital flows in Brazil after Plano Real subject to the problems generated by financial globalization for emerging markets. In this sense, the authors conclude, capital flows bring benefits to national economy, but they can also worsen significantly the economic situation of the country in times of crisis.

Good reading!

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho
General Editor
FACES – Management Review