



Revista Interdisciplinar de Marketing

Artigos

Responsabilidade Social: um estudo exploratório sobre o processo de decisão das instituições mantidas por empresas

Carlos Eduardo de Araújo Nogueira & Marie Agnes Chauvel

A Utilização de Pesquisas Exploratórias na Área de Marketing

Anyá Sartori Piatnicki Révillion

Moda e Envolvimento: cada cabide, uma sentença

Ana Paula Celso de Miranda, Carol Garcia & André Leão

Documento

O Desenvolvimento do Mix de Marketing em Clínicas e Consultórios da Área de Saúde

Vicente Chiaramonte Pires, Mariana Montoro Taborianski & Michelli Roberta Neves

RIMAR
Volume 2, Número 2
Jul./Dez. 2003

Índice

Editorial	03
------------------	----

Artigos

Responsabilidade Social: um estudo exploratório sobre o processo de decisão das instituições mantidas por empresas Carlos Eduardo de Araújo Nogueira & Marie Agnes Chauvel	04
--	----

A Utilização de Pesquisas Exploratórias na Área de Marketing Any Sartori Piatnicki Révillion	21
---	----

Moda e Envolvimento: cada cabide, uma sentença Ana Paula Celso de Miranda, Carol Garcia & André Leão	38
---	----

Documento

O Desenvolvimento do Mix de Marketing em Clínicas e Consultórios da Área de Saúde Vicente Chiaramonte Pires, Mariana Montoro Taborianski & Michelli Roberta Neves	50
--	----

EDITORIAL

Esse número da RIMAR segue uma formatação menos típica em comparação com os números anteriores da revista, pois não incluímos os 'encontros' que promovem diálogos e práticas interdisciplinares.

Cabe aqui destacar que a formação de encontros é um trabalho em grande parte artesanal e que exige não somente dedicação por parte dos editores da revista, mas também paciência e sorte. Ao longo do tempo aprendemos que, assim como ocorre nos âmbitos da prática empresarial e da prática da pesquisa, uma coisa é formular encontros; outra é implementá-los.

Correspondentemente, deixamos para os leitores a tarefa de identificar as possíveis interfaces dos artigos aqui publicados com outros textos (acadêmicos ou não). Em outras palavras, deixamos para você leitor a tarefa de colocar em prática alguns dos propósitos fundamentais da revista.

No primeiro artigo, Carlos Nogueira e Marie Agnes Chauvel investigam, por meio de uma pesquisa exploratória, um domínio de crescente importância para as grandes empresas, para os praticantes, para a comunidade e para a administração pública. Os resultados da pesquisa nos levam a reflexões importantes acerca da importância de pesquisas de caráter exploratório nesse domínio no Brasil que tenham como foco a compreensão de processos de decisão.

No segundo artigo Anya Révillion tem como objeto de investigação a pesquisa exploratória na área de marketing. A autora faz um levantamento de trabalhos publicados nos anais do Enanpad no período 1991-2000 com o propósito de identificar a importância relativa desse tipo de investigação e como os pesquisadores o usam em suas práticas de pesquisa.

No terceiro artigo, Ana Paula de Miranda, Carol Garcia e André Leão apresentam os resultados de uma investigação, realizada em Curitiba, que tinha como principal objetivo identificar como se dá o envolvimento de mulheres com o consumo de vestuário de moda. Os resultados mostram que determinado grupo de consumidoras tem um envolvimento mais elevado com esse tipo de consumo.

Finalmente, o documento de Vicente Pires, Mariana Taborianski e Michelli Neves se concentra em uma questão 'clássica' da literatura e da prática de marketing: desenvolver um *mix* de marketing que seja efetivo. Os autores se concentraram em um setor, de interfaces sociais e públicas bastante conhecidas, e que costuma apresentar dificuldades para a implementação efetiva dos princípios de marketing. Os resultados sinalizam que os profissionais de saúde reconhecem a importância do *mix* de marketing apesar das dificuldades em colocá-lo em prática.

Esperamos que nossos leitores promovam as devidas conexões entre os textos e que a leitura desse número resulte em mais diálogos entre acadêmicos, praticantes e consumidores. Em outras palavras, desejamos uma boa e ativa leitura !

Alexandre Faria
Editor