

EDITORIAL

A INTERNACIONALIZAÇÃO DA RAE

Há mais de dez anos a EAESP/FGV optou estrategicamente por um aumento calculado de sua inserção no ambiente das *business schools* localizadas em outros países. Este processo, tão longo quanto penoso, frutificou e, hoje, o intercâmbio internacional ocorre com as melhores faculdades de Gestão e Economia da Europa, das Américas do Norte, do Sul e Central, da Ásia e da Austrália. Professores, alunos de graduação, de pós-graduação e participantes de programas de educação continuada de escolas estrangeiras passaram a freqüentar a EAESP, bem como nossos docentes e discentes, girando em média de 50 a 60, anualmente, estão participando ativamente de programas no exterior. Um dos resultados mais importantes foi a vitória do time da Escola no *Business Game* da University of Austin, Texas. Outro evento não menos significativo foi a reunião anual do *Program in International Management (PIM)*, em novembro de 1997, ter ocorrido em São Paulo, sendo sediada na EAESP. Entre as escolas conveniadas, estiveram presentes ao Encontro representantes da École des Hautes Études Commerciales (HEC)/França, Erasmus de Rotterdam, Hochschule St. Gallen, Universität zu Köln, The University of Melbourne, Warsaw University, ESADE/Barcelona, ITAM/México, Austin/Texas, Warwick/U.K. e muitas outras mais de igual prestígio. A RAE, para acompanhar esse movimento de internacionalização, como porta-voz do pensamento eaespiano, passará a circular entre **todas** as escolas estrangeiras conveniadas com a EAESP, sejam do PIM ou mesmo outras com as quais mantemos convênios específicos. Os docentes das escolas conveniadas foram incentivados a submeter artigos, em inglês ou português, para serem examinados e, se aprovados, publicados na RAE. Desse modo, abre-se um novo horizonte para nossos autores: todos poderão ser lidos nos três continentes, em igualdade de condições com as melhores publicações estrangeiras. O desafio a nossos autores está lançado. Nossa ambição é muito maior, porém, no momento, vamos acompanhar os resultados desta iniciativa. Sem falsa modéstia, acho que merecemos ter sucesso.

Roberto Venosa
Editor e Diretor

RAE

VOLUME 38
NÚMERO 1
JAN./MAR. 1998

Organização, Recursos Humanos e Planejamento

A difícil administração das motivações

Cecília Whitaker Bergamini

Durante a busca da satisfação motivacional as pessoas enfrentam problemas que são realmente de difícil resolução. Para manterem-se a salvo de ter de enfrentar tais problemas, as pessoas procuram usar algum tipo de ilusão perceptiva. Assim, socorrem-se dos mitos para poder acreditar que a realidade vista não seja verdadeira.

06

During the search of motivational satisfaction people face problems that are really hard to solve. To avoid the discomfort of having to face these problems people tend to use myths that allow them to believe that the reality they see is different from the truth. These are the illusions they use to keep on living without the problems they do not want to face.

Designing competitive international compensation programs

Letícia Peña, John Betton e Dayr Reis

O artigo indica os elementos de uma estratégia internacional de recursos humanos bem-sucedida e ressaltava os ingredientes cruciais de esquemas internacionais de remuneração eficazes.

18

The article suggests the elements of a successful international human resources strategy and highlights the ingredients of effective international compensation programs.

Administração Mercadológica

Alianças estratégicas internacionais: desempenho e estratégias de marketing

Maria Cecilia Coutinho de Arruda e Marcelo Leme de Arruda

A estratégia de negócios internacionais de indústrias latino-americanas e a forma como se conduzem suas parcerias com indústrias estrangeiras foram analisadas com o objetivo de se conhecer melhor aspectos como: 1. implementação de uma estratégia internacional bem-sucedida; 2. forma como as empresas conduzem suas relações com empresas de outros países; 3. determinação dos fatores de sucesso dessas alianças de negócios internacionais.

27

Latin American manufacturing firms' international strategy and management of their alliances with foreign companies are analysed with focus on: 1. implementing a successful international strategy; 2. understanding how Latin American firms manage their relationships with companies from foreign countries; 3. determining the success factors of these cross-national business alliances.