

Diversidade de metodologias em Gestão Internacional

O número 2 de 2008 da Revista Internext explora ao lado de temas atuais da Gestão Internacional, a diversidade de metodologias de análise utilizadas para pesquisar a área.

Dentre os temas atuais em GI, Mattana; Noro e Estrada estudam a aliança estratégica entre a FEMSA, multinacional de origem mexicana da área de alimentos e bebidas, com a CVI refrigerantes. A estratégia de permanência da cervejaria mexicana é digna de estudo, uma vez que, até o presente, está tendo sucesso com a marca Kaiser, onde a Molson falhou (v., por exemplo: AVRICHIR, I.; ALMEIDA, V. M. C. **Molson versus Kaiser: A Case of Unsuccessful Acquisition**. In: EnANPAD. Encontro da ANPAD (XXXII). Rio de Janeiro : ANPAD, 2008).

A internacionalização da educação superior é o eixo de pesquisa da professora Manolita Correia, que, em parceria com Fábio Contel já possuem uma produção bastante relevante sobre o tema, que é aqui representado pela discussão da atratividade das escolas americanas sobre estudantes e professores do mundo inteiro, e os ganhos auferidos pela academia americana nesse processo.

Stal avalia o impacto das políticas públicas sobre a atratividade de empresas multinacionais, através da aplicação da análise de localização, de Dunning, sobre os efeitos da política de informática brasileira.

O leitor pode estranhar a presença do artigo de Almeida e Zylbersztajn sobre o crédito agrícola no Brasil. Contudo, a análise da evolução dos contratos pela perspectiva institucional é de suma importância para a compreensão da evolução institucional nos mercados financeiros diretamente relacionados com a produção. Esta dimensão da realidade pertence à institucionalização dos mercados, fator fundamental de decisão de investimento por parte de empresas multinacionais (v., por exemplo: KHANA, T.; PALEPU. K. G. AND SINHA, J. **Strategies that fit emerging markets**. *Harvard Business Review*, Jun. 2005).

Dois artigos exploram temas de GI sob metodologias que fogem à regra de estudos de casos e *surveys* em Administração: Barros lança um olhar antropológico sobre o comportamento de jovens em *lan houses*, onde se pode captar a universalidade do comportamento dos jovens de baixa renda estudados; enquanto que Arrais traz o olhar crítico da comunicação sobre alguns efeitos da globalização sobre as estratégias de marketing de empresas brasileiras. Num universo de instrumentalização e prescritivo como é boa parte do mundo da Administração, visões humanistas e críticas são bem vindas à nossa área.

Finalmente, a contribuição internacional deste número vem da colaboração entre Orellana Pino da Universidad de Chile, e Orellana Pino da Universidade Tiradentes, Sergipe, para um enfoque analítico sobre as redes de organizações.