



CONHECIMENTO E IMPACTO EM GESTÃO

A partir de 2017, a *GV-executivo* passa a ter seis edições anuais e tem seu conteúdo totalmente reformulado. Queremos conversar com alunos, ex-alunos, empresários, executivos, gestores públicos e empreendedores e, por meio da disseminação de pesquisas inéditas, impactar e transformar as organizações e a sociedade

brasileira. Vamos discutir ideias e tendências inovadoras, bem como compartilhar experiências de profissionais que estão mudando o cenário social e organizacional de nosso país. A nova diretriz editorial da *GV-executivo* propõe um conteúdo transformador e de qualidade em meio à sobrecarga de informações a que estamos expostos todos os dias.

A partir de inúmeras pesquisas aplicadas conduzidas em 14 centros de estudos da FGV EAESP, da experiência única do Mestrado Profissional em Gestão para a Competitividade, com linhas de pesquisa em Varejo, Finanças e Controladoria, Tecnologia de Informação, Saúde, Sustentabilidade e Operações e Logística, e do Mestrado Profissional em Gestão e Políticas Públicas, divulgaremos o conhecimento de professores, pesquisadores e gestores de alta qualificação de empresas públicas e privadas, com um relevante diferencial: disseminar o conhecimento aplicado, produzido por aqueles que têm contato direto com a realidade do mercado brasileiro, com organizações públicas e suas especificidades locais e com novos negócios desenvolvidos no cenário atual.

Também vale ressaltar que a rede internacional da FGV EAESP nos permite contar com pesquisas aplicadas de estudiosos estrangeiros em parceria com os professores da Escola. Sabemos que a divulgação de pesquisas de impacto, as quais têm a capacidade de redirecionar políticas empresariais e públicas, fazem parte da atuação da FGV, reconhecida nacional e internacionalmente como *Think Tank*, promovendo, de fato, mudanças organizacionais e sociais.

Além disso, publicaremos artigos que estimulam o senso crítico e a reflexão do leitor, para auxiliá-lo no planejamento e na diferenciação de suas atividades práticas, e veicularemos entrevistas com altas lideranças, de modo a compartilhar suas experiências, estratégias e aprendizados.

Assim, esta edição traz um Caderno Especial sobre varejo, apresentando artigos provocantes, escritos por quem pesquisa e faz esse segmento. O coordenador do Centro de Excelência em Varejo (GVcev) da FGV EAESP, professor Maurício Morgado, aponta os três grandes desafios para o varejo do futuro e explica que será preciso lidar com um processo de compra cada vez menos previsível, administrar um volume gigante de informações e encontrar novas funções para as lojas físicas. No artigo *Adotar ou não as novas tecnologias no varejo?*, Henrique de Campos Junior mostra os benefícios de inovações como realidade aumentada, sensores, telas táteis interativas e as melhores formas de implantá-las. Benjamin Rosenthal discute que o desafio do marketing na era digital é gerenciar centenas de ações na internet para atingir um consumidor que tem cada vez mais poder na relação de compra. Tânia Veludo-de-Oliveira, Edgard Barki e Felipe Zambaldi abordam um tema muito inovador: microdoações. Ao possibilitar que o cliente destine o troco de suas compras para causas socioambientais, o varejo pode ser um grande aliado na disseminação da cultura de doação no Brasil. Leandro Guissoni destaca a importância da gestão *omnichannel* e afirma que os varejistas

precisam desenvolver a capacidade de analisar as informações do mundo *online* e *offline* de forma integrada para ganhar vantagem competitiva. Juracy Parente e Marina Henriques Viotto debatem que condutas mais éticas e transparentes com clientes, relacionamento com funcionários de mais confiança e objetivos além dos resultados financeiros são tendências que já fazem a diferença entre os varejistas de sucesso. Delane Botelho e Ramona de Luca expõem como o varejo investe no marketing olfativo para criar uma experiência única e estabelecer maior conexão com o consumidor nas lojas físicas. Finalmente, o artigo de Marcelo Silva, *A importância da sucessão nas empresas de varejo brasileiras*, revela que, para ter crescimento sustentável, a empresa precisa planejar bem a passagem do negócio para as próximas gerações, juntamente com seu processo de profissionalização.

Ainda nesse sentido, a *GV-executivo* traz uma entrevista exclusiva com Abilio Diniz, conhecido por sua trajetória de sucesso no varejo. O empresário fala sobre sua reinvenção nos últimos anos, como superar momentos de crise e liderança.

Completam a edição as colunas Fora da Caixa (*Flexibilização dos padrões morais*), de Samy Dana; Economia (*Incertezas da estabilização*), de Paulo Sandroni; Sociedade e gestão (*De il principe a il esecutivo: Maquiavel no século XXI*), de Fernando Nogueira; e Gestão (*Político ou gestor? Provocações desse falso dilema*), de Marco Antonio Teixeira.

Além da publicação de artigos de membros da rede da FGV EAESP, gostaríamos de contar com a colaboração de executivos e professores de todas as regiões do Brasil, para que a *GV-executivo* possa disseminar e agregar conhecimento com alto impacto em gestão.

Por fim, agradecemos à equipe RAE-publicações, especialmente a Aline Lilian dos Santos, que abraçou o novo projeto rapidamente e organizou a produção da revista, com o valioso apoio da nova editora adjunta, Adriana Wilner, jornalista com experiência no mercado editorial e no universo acadêmico de Administração. Agradecemos também aos patrocinadores desta edição: PricewaterhouseCoopers (PwC), Centro de Excelência em Varejo (GVcev) e Mestrado Profissional em Gestão para a Competitividade da FGV EAESP.

Esperamos que apreciem as novas diretrizes da *GV-executivo*, bem como sua periodicidade bimestral, que nos deixa ainda mais próximos de nossos leitores.

Boa leitura!

Maria José Tonelli – Editora chefe