



Revista Pensamento Contemporâneo em Administração
ISSN: 1982-2596
jmoraes@id.uff.br
Universidade Federal Fluminense
Brasil

Moraes, Joysi
Editorial
Revista Pensamento Contemporâneo em Administração,
vol. 12, núm. 1, 2018, Enero-Marzo, pp. i-ii
Universidade Federal Fluminense
Rio de Janeiro, Brasil

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441755489017>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto



EDITORIAL

Joysi Moraes

Editora

jmoraes@id.uff.br

Na primeira edição de 2018, a Revista Pensamento Contemporâneo em Administração (RPCA) publica um conjunto de artigos em inglês, o que indica a decisão do Conselho Editorial deste periódico em prover ao mesmo mais visibilidade. Nesse sentido, aguardamos a submissão de mais artigos em inglês e espanhol e, principalmente, sinalizamos que estes textos terão prioridade no processo de avaliação.

Logo no primeiro artigo, **The value and the sacrifice perceived by vegetarian food consumers** (Os valores e os sacrifícios percebidos pelos consumidores de comida vegetariana), **Rhaimá Aparecida Mendonça da Costa Birchall, Luiz Rodrigo Cunha Moura, Fernanda Carla Wasner Vasconcelos e Nina Rosa da Silveira Cunha** apontam para a existência de valores funcionais (bem estar físico e mental, como também um alimento saudável), sociais (percepção de que ser vegetariano é uma coisa positiva), emocionais (sentimento de maior tranquilidade, com uma consciência limpa), condicionais (facilidade de acesso e variedade de comida vegetariana) e monetários para os vegetarianos. Existem, também, sacrifícios, nas mesmas dimensões (funcionais, sociais, emocionais, condicionais e monetários) tais como deficiência de nutrientes, incompreensão de outras pessoas, percepção de tédio dos vegetarianos, entre outros.

Gabriel Henrique Pimenta Isboli e Olga Maria Coutinho Pépece, por sua vez, buscam compreender o consumo de serviços bancários em terminais de autoatendimento, por adultos com baixos níveis de educação formal. De acordo com os resultados apontados no artigo **Automated banking services consumption by adults with low formal education levels** (Consumo automatizado de serviços bancários por adultos com baixos níveis de educação

formal), existe um portfólio de serviços consumidos por esse público no banco, também indicando a forma como os terminais de autoatendimento são utilizados, frequentemente, na presença de um intermediário, o que implica em perda do propósito de uma tecnologia de autoatendimento.

Marcos Vinícius Isaías Mendes colabora, didaticamente, ao refletir sobre a Estratégia Corporativa com o objetivo de responder quatro questões: “o que é Estratégia?”, “quem influencia a Estratégia?”, “O que há de novo na Gestão Estratégica?” E “o que há de errado com a Gestão Estratégica?”. **The winding road of corporate strategy** (O sinuoso caminho da estratégia corporativa) baseou-se em pesquisa exploratória e bibliográfica sistemática e, em linhas gerais, aponta que a estratégia corporativa é um tema complexo, em constante evolução, mas, ao mesmo tempo, com muitas questões em aberto.

Trabalhando com uma metodologia similar, **Rebeca da Rocha Grangeiro, Augusto Jorge Tavares Paes Barreto e Jean Soares da Silva** analisaram a produção de artigos científicos sobre carreira em 44 periódicos nacionais que com conceito Capes A2, B1 e B2, na área de Administração. Utilizando os critérios de avaliação de produção científica organizados por Borges-Andrade e Pagotto (2010), os resultados apresentados em **Análise de artigos científicos sobre carreira em Administração** indicam que as instituições com maior quantidade de artigos publicados sobre a temática são FGV, USP, UFBA e UFRGS, sendo a maioria das pesquisas de cunho descritivo, qualitativo e de dados primários.

Em seguida, **Vivian Anese, Carlos Costa e Elenise Abreu Coelho** apontam o quanto o **Impacto social**

das ações de uma organização sem fins lucrativos podem refletir na transformação de beneficiários, modificando seu modo de pensar, de viver e de fazer escolhas. Nesse sentido, a partir de uma pesquisa, que teve a participação de 322 pessoas ligadas à organização nos estados Rio Grande do Sul, Mato Grosso e Rondônia, verificou-se que os seguintes resultados foram avaliados positivamente: a adequação das atividades às demandas locais, o impacto proveniente do trabalho realizado e os benefícios recebidos pelas comunidades atendidas. O estudo mostrou, também, que as ações da organização geram impacto positivo, contribuindo para o desenvolvimento social e a garantia de direitos.

Na mesma direção, **Rodrigo Guimarães Motta, Luciano Antônio Prates Junqueira e Francisco José Turra** uma pesquisa com 160 praticantes de judô que treinam em organizações da sociedade civil, como institutos, academias, ONGs e escolas para verificar **A eficácia das redes sociais e das ferramentas de marketing no recrutamento de integrantes para organizações sem fins lucrativos**. De acordo com os autores, nas redes sociais, os laços fracos são mais eficazes que os laços fortes para recrutar participantes para as organizações. Ao estudar os laços fracos, foi constatado que o recrutamento é realizado, sobretudo, através de conhecidos. Esse tipo de recrutamento ocorre com mais frequência que o recrutamento levado a efeito através de outras organizações, os relés sociais.

Em **Determinantes da decisão de compra da baixa renda**, ao avaliar os resultados da análise das variáveis influenciadoras do processo de decisão de compra dos consumidores de baixa renda, **Jorge Cleber Pereira da Silva e Alexandre Rabêlo Neto** mostram, com uso de um modelo estrutural, que a preferência por locais de compra e preferências por marcas são antecedentes da decisão de compra do consumidor de baixa renda. Trata-se de pesquisa quantitativa, descritiva transversal, do tipo survey. Para a coleta dos dados, os autores utilizaram questionário fechado aplicado a 1.000 respondentes, consumidores de baixa renda. Para a análise dos dados foram utilizadas técnicas de análise multivariadas e modelagem de equações estruturais.

Kátia Baptista Gomes, Mário Conill Gomes e Lúcio Oliveira Fernandes, a partir de 10 estudos de casos empíricos, apresentam os resultados de uma pesquisa que buscou compreender as estratégias dos atores na construção de seus projetos individuais – agroindústrias – na dimensão da capacidade instalada. Assim, em **Perspectiva Orientada ao Ator na análise**

da capacidade instalada dos empreendimentos agroindustriais no município de São Lourenço do Sul/RS-Brasil, os autores assinalam que os resultados apontam para a consolidação de estratégias entre os atores em suas respectivas arenas, em torno da matéria-prima, instalações e recursos financeiros. Dessa forma, em torno dos projetos individuais, consolidam-se novas formas de organizações sociais com base em relações horizontais.

Maria Angélica Pompéu da Fonseca e Maria de Fátima Martins, por sua vez, tratam de uma bebida que faz parte do contexto histórico brasileiro e apresentam o artigo que versa sobre a **Produção mais limpa no setor de cachaça: estudo em engenho no estado da Paraíba**. Os autores examinaram as práticas da produção mais limpa para minimização de resíduos do processo produtivo de um engenho produtor de cachaça, localizado no Município de Areia – PB. A pesquisa utilizou como base os três níveis da PL proposto pelo Conselho Nacional de Tecnologias Limpas – CNTL (2003). Os resultados identificaram que no nível I – Redução na fonte é o menos presente nas práticas do engenho, isso ocorre em função da impossibilidade de evitar a geração dos resíduos nesse tipo de produção; o nível II – Reciclagem Interna possui maior destaque dentre os níveis, cujos resíduos gerados são em sua maioria reciclados e utilizados no processo próprio produtivo. No nível III – destaca-se a reciclagem externa do bagaço e a compostagem orgânica da palha.

Para encerrar o primeiro número de 2018, Cláudio Márcio Campos Mendonça, Antônio Manuel Valente de Andrade e Manoel Veras de Sousa Neto descrevem a utilização e importância de elementos da transformação digital como apoio aos processos das capacidades dinâmicas em organizações de uma capital brasileira. Nestes termos, a partir de 53 questionários de gestores de negócio e TI, o que se verifica em **Uso da IoT, Big Data e inteligência artificial nas capacidades dinâmicas** é que, na percepção de gestores de negócios e de TI, os elementos da transformação digital, mesmo com a utilização relativamente baixa, principalmente da IoT e IA, e com melhor destaque para Big Data, são avaliadas com importância, seja nos dias atuais, bem como, na perspectiva até 2025, nos processos que envolvem as capacidades dinâmicas de analisar o ambiente (Sensing), aproveitar as oportunidades (Seizing) e gerir as ameaças e transformações (Managing Threats/Transforming).

Boa leitura!