

EDITORIAL

A Revista de Negócios tem obtido constantes vitórias editoriais e institucionais.

Ainda sob o sucesso da edição anterior, um número especial sobre a Produção de Conhecimento de Marketing, esta editoria continua recebendo quantidade grande de e-mails. Alguns com perguntas, outros com entendimentos diferentes, mas todos parabenizando a qualidade dos pontos de vista apresentados, o que corrobora a decisão pela escolha dos autores convidados.

Outra expressiva vitória foi a inclusão da Revista de Negócios sob o indexador DOAJ, o que amplia a visibilidade dos trabalhos e a exigência de novos procedimentos internos de seleção e editoração dos artigos.

A par desses ocorridos, esta edição busca manter a tônica de compartilhamento acadêmico e executivo de estudos com qualidade nas áreas a que se destinam. Os temas abordados são empreendedorismo, responsabilidade social corporativa, aprendizagem e conhecimento, governança e Marketing.

O primeiro artigo é intitulado “Empreendedorismo regional: Um olhar sobre a identidade cultural em narrativas locais” (Girlyayne Danusia Farias Pereira, Adriana Tenório Cordeiro, Mayara Andresa Pires da Silva e Marcela de Moraes Batista). As autoras apresentaram a compreensão de aspectos particulares da realidade sociocultural ligada ao empreendedorismo a partir das narrativas de empresários pernambucanos.

No segundo artigo, “Responsabilidade social e desenvolvimento sustentável: Um estudo de caso em uma companhia brasileira de alimentos processados” (Eduardo Botti Abbade e Giana de Vargas Mores), foram apresentadas ações e iniciativas de uma grande empresa de alimentos processados com o objetivo de traçar uma relação entre teoria e prática de responsabilidade social corporativa e desenvolvimento sustentável.

No terceiro artigo “As faces da aprendizagem de gerentes: O caso de uma organização de microcrédito” (Danilo Durigon, Fabiula Meneguete Vides da Silva, Elisabete Stradiotto Siqueira, Erlaine Binotto e Cristiano José Castro de Almeida Cunha), os autores tratam de um processo de aprendizado de executivos de uma organização de microcrédito diante dos desafios empresariais cotidianos.

O quarto artigo “Segmentos especiais da BM&FBOVESPA e dispersão acionária: Boa governança corporativa ou isomorfismo institucional?” (Emmanuel Sousa de Abreu e José Maria Dias Filho) traz uma avaliação de empresas brasileiras de capital aberto, segundo os segmentos da bolsa de valores brasileira quanto aos níveis de governança corporativa.

No quinto artigo “Modelo de processo de diagnóstico mercadológico para organizações de serviços de pequeno e médio portes” (Aléssio Bessa Sarquis e Nádia Kassouf Pizzinatto) é abordada uma das etapas do planejamento de marketing, com a proposição



de modelo para determinadas organizações e apresentação de implicações gerenciais em seu uso.

Na resenha de livros, o título “O plano de negócios bem sucedido: Um guia prático para empresas *start-up*” (Armando Terribili Filho), trata da conceituação de um plano de negócios, suas etapas e as dificuldades próprias de uma metodologia a ser aplicada em segmento específico.

Desejamos excelente leitura e que os estudos contribuam para o aperfeiçoamento de novos trabalhos acadêmicos e profissionais.

Prof. Edson Roberto Scharf, Dr. e Prof. Gerson Tontini, Dr.

Editores