

EDITORIAL

O último número de 2013 da Revista de Negócios atende ao que o Conselho Editorial Científico tem traçado como meta: a publicação de estudos que permitam o engrandecimento qualitativo das pesquisas acadêmicas.

O aprimoramento destas ações de compartilhamento dos trabalhos da área de Administração, especificamente Estratégias Corporativas, Marketing, Conhecimento, Responsabilidade Social Corporativa e Empreendedorismo, tem trazido altos níveis de leitura, desempenho confirmado pelas ferramentas de controle interno da FURB Universidade de Blumenau, mantenedora do periódico.

No entanto, as ações permanecem como item de ordem no trabalho cotidiano da equipe editorial e do corpo de avaliadores do periódico. Em especial, estamos mantendo os esforços na ampliação de indexação da Revista de Negócios em bases de dados internacionais, como meio de divulgação do conhecimento de maneira ampliada, e o fortalecimento dos debates entre os pesquisadores, como maneira de engrandecimento da área.

Levando adiante esse pensamento, a edição compartilha estudos de teor acadêmico e executivo. Os temas genéricos abordados são Marketing, processos administrativos das empresas, estratégias empresariais e empreendedorismo.

O primeiro artigo é “Uma análise do comportamento do consumidor na adoção de inovação tecnológica: Uma perspectiva brasileira dos livros eletrônicos” (Marcio de Oliveira Mota e Danielle Miranda de Oliveira Arruda Gomes). Os autores apresentam a percepção dos estudantes universitários quanto à adoção da inovação tecnológica em sala de aula denominada de livro eletrônico.

No segundo artigo, “Mapeamento e análise dos processos de importação de uma pequena empresa brasileira” (Humberto Tonani Tosta, Alexandre Marino Costa, Patrícia de Sá Freire, Edivandro Luiz Tecchio e Kelly Cristina Benetti Tonani Tosta), os autores analisam o processo de importação de mercadorias em uma empresa sediada na capital catarinense.

No terceiro artigo “Gestão orientada a processos de negócio: Oportunidades para melhoria da execução estratégica em uma refinaria de petróleo” (Alberto Pavlick Caetani, Raquel Janissek-Muniz, Marinês Steffanello e Everton da Silveira Farias), os autores buscam entender como a gestão orientada a processos de negócio pode auxiliar as empresas a melhorar o seu desempenho e aumentar a sua capacidade de execução estratégica.

O quarto artigo “Estratégias de internacionalização e marca *top of mind*: o caso Sagatiba” (Francisco Américo Cassano, Livia Rodrigues Silva, Abrão Caro, Carlos Eduardo G. Saraiva Jr., Rafael Martins Prado Oliveira e Marina Ramos Almeida), os



autores descrevem como a estratégia de internacionalização de uma empresa pode auxiliar a firmar uma marca como *top of mind*.

No quinto artigo “A relacionalidade emergente do comportamento empreendedor gerando qualidade na interação com *stakeholders* no setor de Tecnologia de Informação e Comunicação” (Fernando Gomes de Paiva Jr. e Nelson Cruz Monteiro Fernandes), foi trazido um estudo de caso que compara dois blocos de empresas atuantes em setor de tecnologia intensiva, com análise de conteúdo dos relatos obtidos junto a *CEOs* de empresas do setor de tecnologia de informação e comunicação localizadas na Região Metropolitana do Recife.

Acreditando que a leitura dos artigos venha a contribuir para o aperfeiçoamento de estudos acadêmicos e profissionais, estendemos os desejos de um excelente ano de 2014 a todos, com prosperidade e saúde!

Prof. Edson Roberto Scharf, Dr.

Editor Responsável