
EDITORIAL

Prezados leitores,

Abrindo esta edição, os autores Carlos Alberto Gonçalves, Euler Brandão e Reynaldo Muniz, no artigo “A inovação e o design estético na geração de capacidades dinâmicas: um estudo de caso BtoB” analisam o fator inovação, como intenção estratégica adotada por uma das maiores agências de propaganda do país, que vem se destacando em sua atividade, com índices de crescimento maiores que a média setorial nos últimos anos. O caso relata a combinação de forças motrizes BtoB em coevolução, acelerando a curva de aprendizagem dos parceiros, construindo capacidades dinâmicas no intento de gerar vantagens competitivas. Apresenta-se a constante busca de diferenciação para gerar valor aos clientes e maior participação nas fatias de mercado mediante forte compromissos de gestão na relação BtoB dos parceiros. Além disso, o estudo demonstrou que os três diferentes interessados: clientes, os funcionários e dirigentes se integram fortemente no processo de inovação, promovendo os crescimentos conjuntos da agência de propaganda e das empresas clientes.

No segundo artigo desta edição, as autoras Nilcéia Medeiros, Vera Lima e Cristiana Muylder apresentam e discutem os resultados de uma pesquisa sobre identificação das normas mais frequentemente utilizadas para publicações científicas na área de Administração. A análise realizada nos doze veículos de divulgação científica da área de Administração mostra que a maioria adota as normas da ABNT, principalmente em relação às citações e às referências. Ressalta-se que também foram encontradas divergências, principalmente quanto à não padronização da extensão do resumo. Elas apontam ser necessário promover o entendimento sobre os padrões comumente aceitos e a abrangência e adequação das normas da ABNT por parte da comunidade científica. Isso poderá facilitar e agilizar o processo de normalização, avaliação, comunicação, divulgação, tratamento e compreensão dos resultados das pesquisas científicas para conhecimento público.

Os autores Plínio Monteiro e Ricardo Veiga elaboraram um *survey* autoperenchido, que contou com as respostas de 850 estudantes de uma

capital brasileira na construção do trabalho “Gênero e comportamento inovador: avaliação de um modelo de preferência por roupas da moda por universitários”. Os resultados sugerem diferenças no padrão de consumo e inovação em moda, de jovens do sexo masculino e feminino, sugerindo o elevado impacto do materialismo sobre a inovação em moda e o efeito negativo da idade sobre este construto, especialmente em homens. Com base nos resultados, implicações teóricas e práticas são propostas e sugestões de novos caminhos de estudo dentro da área são traçadas.

Em “Estratégias de Marketing: Um Estudo Prático”, Danilo Sampaio e André Fagundes utilizaram uma abordagem participativa e um estudo quantitativo junto a 430 cooperados para investigar a gestão da Cooperativa de Economia e Crédito Mútuo dos Profissionais da Saúde de Viçosa e Região, como forma de gerar uma melhoria nos negócios e assim ampliar o quadro social da cooperativa. Concluiu-se, com o estudo, que a cooperativa Unicred Viçosa teria que estabelecer critérios mais eficazes para a comunicação de seus objetivos e metas aos cooperados, e que a matriz SWOT se mostrou eficiente no que tange ao suporte à tomada de decisão.

A aprendizagem é fundamental para o indivíduo e para as organizações. Em “Aprendizagem organizacional, liderança, responsabilidade: fatores propulsores e inibidores”, a autora Nildes Leite e Luz Marina de Aquino distinguem entre aprendizagem operacional e conceitual, já que uma leva à ação e a outra leva à reflexão. A aprendizagem organizacional deve se basear nos princípios de competência, de aprendizagem e de justiça nas relações humanas e organizacionais. A aprendizagem do indivíduo é fundamental para a aprendizagem da organização. A aprendizagem organizacional, portanto, deve buscar a integração entre empresa e indivíduo, entre ensinar e aprender, a partir do respeito e da liberdade de cada um para desenvolver-se. A efetiva aprendizagem só ocorrerá pela transformação das relações de poder e pela participação ampla dos indivíduos na organização.

Boa leitura,

Cid Gonçalves Filho
Luiz Cláudio Viera de Oliveira
Mário Teixeira Reis Neto

Universidade Fumec