

EDITORIAL

LEONARDO SECCHI

EDITOR

A Revista Gestão Organizacional vem buscando se consolidar como um dos periódicos científicos nacionais de referência para aqueles que estudam as áreas de Administração e Ciências Contábeis.

Exatamente cinco anos se passaram desde que a primeira edição impressa da RGO foi publicada, e algumas conquistas merecem ser mencionadas: inclusão em bases de dados, migração para a mídia eletrônica, ampliação do corpo de avaliadores, heterogeneização da procedência geográfica dos avaliadores e do Comitê Editorial, enquadramento das políticas de publicação às exigências de importantes indexadores. Mais recentemente a RGO também foi incluída no sistema Qualis, tendo sido avaliada pelo comitê de Planejamento Urbano e Regional como conceito B4. A expectativa é que, proximamente, a RGO seja avaliada pelo comitê de Administração, Ciências Contábeis e Turismo.

No entanto a maior conquista é a manutenção de publicação pontual e regular de artigos de qualidade. O presente número da RGO é mais um exemplo disto. O artigo de Maranhão e Motta debate a formação do profissional de marketing, e aponta caminhos para barrar o que as autoras chamam de “espetacularização” desta profissão. O artigo de Mineta, Nakamura e Bastos é uma versão aprimorada do trabalho já apresentado e debatido em importantes congressos nacionais na sub-área de sistemas de medição de desempenho. Neste artigo, os autores mostram como a adoção de indicadores de desempenho auxilia na criação de valor ao acionista, tomando como base um estudo no setor bancário. A partir de uma pesquisa descritiva com

12 empresas do ramo têxtil, Sevegnani, Hoeltgebaum, Gomes e Guterro analisam o processo de inovação de produto e de processou usando como referencial a literatura do empreendedorismo identificando obstáculos à inovação e padrões comportamentais do empresariado neste setor. Também no campo do empreendedorismo, o artigo de Meyer Jr., Meyer e Rocha analisa o perfil e padrões comportamentais gestores de uma instituição de ensino superior no Paraná que contribuem para o posicionamento estratégico desta universidade no mercado competitivo. Interessantíssimo também o artigo de Saraiva e Baptista sobre a persuasão ideológica nos meios de comunicação de uma empresa siderúrgica de Minas Gerais. Através de análise de discurso, os autores mostram como a empresa usa os meios de comunicação formais internos para incutir nos trabalhadores uma imagem positiva da empresa e da gestão. Artigo relevante é publicado por Meira, Amaro e Almeida sobre os obstáculos dos deficientes auditivos nas suas interações de compra. Os depoimentos e análise fenomenológica das interações entre deficientes auditivos do Rio Grande do Sul com o segmento do varejo trazem implicações gerenciais interessantes. Por fim, o artigo de Dalmoro analisa a presença/ausência da dimensão da sustentabilidade (econômica, social e ambiental) entre empreendedores de empresas incubadas, e conclui que a dimensão econômica ainda prevalece.

Boa leitura a todos!