

## EDITORIAL

Caros leitores

Apresentamos a edição do IV trimestre de 2016 da Revista Alcance, procurando sempre avançar na publicação de temas relevantes para a pesquisa em Administração. Nesta edição, Vol. 23 N. 04, selecionamos temas que envolvem:

- a) seis pesquisas na área de estratégia com foco em *marketing*, inovação, e empreendedorismo;
- b) uma pesquisa na área de estudos organizacionais com foco em análise institucional;
- c) um caso para ensino em estudos organizacionais com foco em identidade individual *versus* expectativa organizacional; e
- d) no Fórum de Métodos de Pesquisa em Administração, um ensaio teórico sobre vantagens do uso do Nvivo em análises qualitativas.

O primeiro artigo – **“IMAGEM BRASIL NA PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR ESTRANGEIRO: UMA ABORDAGEM PRÁTICA”** - apresenta dois estudos utilizando *surveys* e estatísticas descritivas para comparar a imagem do Brasil em relação a de outros países, para diferentes produtos. No primeiro estudo, consumidores italianos avaliaram a imagem país de Brasil e França em relação a refrigeradores e refeições prontas de camarão. No segundo estudo, latinos e franceses avaliaram a imagem país de Brasil e Alemanha em relação a frutas, eletrodomésticos e roupas.

O segundo artigo – **“POTENCIAL EMPREENDEDOR DE EMPRESÁRIAS DO SETOR TURÍSTICO DE FLORIANÓPOLIS (SC)”** – contribui para os estudos sobre gênero em empreendedorismo, reconhecidos por organismos internacionais que estimulam essas iniciativas. Com o objetivo de analisar o potencial empreendedor das proprietárias de empresas do setor turístico de Florianópolis (SC), foi realizado um estudo descritivo com 35 empresárias dessa atividade econômica.

O terceiro artigo – **“AS LÓGICAS INSTITUCIONAIS NO CAMPO ORGANIZACIONAL CIRCO CONTEMPORÂNEO: UMA ETNOGRAFIA MULTISSITUADA NO CONTEXTO BRASIL-CANADÁ”** - analisa as lógicas institucionais na formação do campo organizacional do circo contemporâneo no contexto brasileiro e canadense. Apresenta uma articulação teórica entre o conceito de lógicas institucionais e a formação do campo organizacional circense contemporâneo, a partir de uma etnografia multissituada realizada no Brasil com uma organização circense brasileira, e no Canadá, com os circenses da província de Quebec.

O quarto artigo – **“INOVAÇÃO ABERTA COMO UM INSTRUMENTO PARA A GERAÇÃO DE BENEFÍCIOS GLOBAIS: UM ESTUDO NA PLATAFORMA OpenIDEO”** - realiza um mapeamento dos desafios lançados na plataforma OpenIDEO no período de 2012 a 2013. Desenvolve uma pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa e análise de conteúdo do caso OpenIDEO, que consiste em uma plataforma de inovação aberta, cujas pessoas do mundo todo participam por meio do envio de ideias para solucionar problemas globais.

O quinto artigo – **“SELO DE CERTIFICAÇÃO DE PRODUTO ORGÂNICO: O CONSUMIDOR SE IMPORTA?”** - verifica de que modo a presença de um selo de certificação orgânica em embalagens de produtos orgânicos se relaciona com a avaliação, a intenção de compra e a disposição a pagar mais por estes produtos por parte dos consumidores. Para tanto, foi realizado um quase experimento, utilizando-se também do método de avaliação contingente (MAC) por meio da estimação do modelo econométrico *Logit*.

O sexto artigo – **“BIG DATA E GESTÃO DO CONHECIMENTO: DEFINIÇÕES E DIRECIONAMENTOS DE PESQUISA”** - analisa como as pesquisas relacionam Big Data e Gestão do Conhecimento. Foi realizada uma revisão sistemática de literatura, considerando artigos publicados em periódicos e congressos científicos. A contribuição se enquadra na necessidade emergente das organizações buscarem novas formas de analisar e processar o grande volume de dados desestruturados que não podem ser analisados pelos meios tradicionais para gerar informações e conhecimento.

O sétimo artigo – **“A EVOLUÇÃO CONCEITUAL DA EDUCAÇÃO PARA O EMPREENDEDORISMO COMO UM CAMPO CIENTÍFICO”**- apresenta uma evolução longitudinal da dimensão conceitual da educação para o empreendedorismo como um campo científico, bem como sua caracterização em forma de estágios entre os anos de 1990 e 2013. O estudo utiliza a análise de copalavras para descrever as interações temáticas que existem entre diferentes estágios temporais do processo evolutivo da educação para o empreendedorismo.

O Caso para Ensino – **“O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA EM ORGANIZAÇÕES: UMA RELEITURA SOBRE IDENTIDADE”**- explora o estudo das identidades: pessoal, social, no trabalho e organizacional. A identidade pessoal não é constituída apenas pelas escolhas isoladas dos indivíduos; o contexto, os agentes sociais e as instituições têm influência neste processo de constituição das identidades. E é com base na história da vida de Marko Zikyr que este trabalho se desenvolve, a partir da relação entre sua identidade *gay* e os códigos no comportamento organizacional esperado.

No Fórum de Métodos de Pesquisa - **“ANÁLISES QUALITATIVAS NOS ESTUDOS ORGANIZACIONAIS: AS VANTAGENS NO USO DO SOFTWARE NVIVO®”**- são demonstradas as vantagens na utilização do *software* NVivo® para análise qualitativa de texto, som, foto e vídeo nos estudos organizacionais. A utilização de *softwares* em pesquisas quantitativas não é novidade; entretanto, nos estudos organizacionais brasileiros nos quais, tradicionalmente, os pesquisadores adotam abordagem qualitativa dos dados, o uso tem sido limitado. Observa-se a necessidade de superação das fragilidades analíticas, em especial àquelas que derivam de um processo manual de organização e análise de dados qualitativos.

Agradecemos muito aos autores, enumerados em cada edição de seus artigos, que participaram do processo de proposição, análise e revisão e, da mesma forma, a todos os avaliadores que foram fundamentais para o resultado final desta edição.

Desejamos a toda comunidade acadêmica uma boa leitura!

Cláudio Reis Gonçalo

Editor