

EDITORIAL

Caros leitores,

O primeiro número de 2013 apresenta artigos com os seguintes temas: pesquisa mercadológica; gestão socioambiental; empreendedorismo; cultura organizacional; gestão de pessoas; sociologia institucional; internacionalização de empresas; comércio eletrônico.

O artigo "Estilos de vida e valores de consumidores: um estudo de grupos psicográficos no mercado automotivo de Belo Horizonte" de Cid Gonçalves Filho, Bruno Portela de Lima Fernandes, Gustavo Quiroga Souki e Alexandre Teixeira Dias analisou a intensificação da concorrência nos mercados globais e a proliferação de nichos de mercado, no qual a segmentação demográfica, comportamental e geográfica são as técnicas mais utilizadas. No entanto, no Brasil, são extremamente escassos estudos psicográficos, em especial que busquem explorar os segmentos por seus diversos aspectos: valores, atividades, interesses, opiniões, estilo de vida e personalidade. Com o objetivo de explorar este tema, foi realizada uma *survey* com 357 questionários que, ao final, sugere a existência de sete segmentos em nível psicográfico no setor automotivo, um dos mais representativos da economia brasileira. As principais variáveis que discriminaram os grupos estão relacionadas a valores, personalidade e estilo de vida. O trabalho contribui também para que estudos posteriores possam ser realizados, aplicando as escalas propostas, de modo a segmentar psicograficamente outros mercados relevantes no país.

Glauca de Paula Falco, Marley Maria Bernardes Rebuszi Vellasco, Juan Guillermo Lazo Lazo, Joyce Gonçalves Altaf e Irene Raguene Troccoli, no artigo "A gestão socioambiental à luz das técnicas de valoração econômica do meio ambiente: uma análise do valor de uso indireto e do valor de existência", propõe uma nova metodologia para valoração do meio ambiente a partir dos conceitos base da teoria de opções reais que evite a subestimação do valor dos recursos naturais ao permitir explicitamente calcular as parcelas do valor de uso indireto, do valor de existência e valor de quasi opção como componentes do valor total do meio ambiente. A proposta deste desenvolvimento é relevante para permitir internalizar os custos ambientais decorrentes da atividade econômica, assim a partir de um valor monetário, é possível adotar políticas específicas para proteger o meio ambiente, tais como taxaço, aumento de impostos, multas e indenizações.

No artigo "A relevância dos aspectos cognitivos e afetivos nas ações dos empreendedores em seus empreendimentos", de Paulo Roberto Vidigal e Vânia Maria Jorge Nassif, buscou-se identificar e analisar a influência das dimensões dos aspectos cognitivos e afetivos dos empreendedores de micro e pequenas empresas em suas ações na fase inicial e de estabelecimento. Participaram dez empreendedores: cinco na fase inicial de seus negócios e cinco já estabelecidos, sendo esse um dos critérios para a escolha do grupo de respondentes. Os resultados foram tratados por meio da técnica denominada análise de conteúdo e analisados com base nos quatro aspectos cognitivos, quais sejam: conhecedor, planejador, criador e colaborador, conforme Van Den Broeck et al. (2003); e nos aspectos afetivos positivos e negativos, conforme Baron e Shane (2007). Os resultados revelam que nas ações dos empreendedores os aspectos afetivos possuem menor força que os aspectos cognitivos na fase inicial e ganham importância ao passar para a fase de estabelecimento.

O artigo "O trabalho de quem ensina: suporte social, suporte organizacional e comprometimento", de Simone Alves Pacheco de Campos e Vania de Fátima Barros Estivaleta, teve como objetivo identificar as relações entre o suporte social no trabalho, o suporte organizacional e o comprometimento organizacional, considerando a realidade vivenciada por professores da rede municipal de ensino. Para tanto se realizou uma *survey* com 336 professores. Em relação ao suporte social no trabalho, os resultados sinalizaram para elevada valorização do suporte emocional e informacional e menor valorização de suporte instrumental. Considerando o suporte organizacional, os professores manifestaram elevada percepção. Em relação ao comprometimento organizacional, os resultados revelam maior valorização da base obrigação pelo desempenho. Levando-se em consideração as relações entre os construtos, obtiveram-se elevadas relações entre as bases afiliativa e afetiva do comprometimento organizacional e o suporte social emocional; entre as bases afiliativa e obrigação em permanecer do comprometimento organizacional e a percepção de suporte organizacional; e entre o suporte social emocional e instrumental e a percepção de suporte organizacional.

O artigo "Fragmentação da subjetividade: o que dizem os gestores?" de Jair Modesto Filho, Adriane Vieira e Fernando Coutinho Garcia descreve como a organização do trabalho e as relações socioprofissionais se relacionam com a fragmentação da subjetividade de ocupantes de cargos gerenciais. Utilizando a abordagem qualitativa, foram entrevistados dez gestores que atuavam em diferentes organizações. Foi utilizada a técnica de análise de conteúdo para a análise dos dados, considerando-se os aspectos explícitos e implícitos dos discursos dos entrevistados, com características bem diversificadas. Os entrevistados relataram impactos em suas vidas em decorrência do intenso ritmo de trabalho, ocasionando problemas familiares, estresse, ansiedade, abdicação de prazeres pessoais e provocando, muitas vezes, o adoecimento físico e psíquico. Percebeu-se também a existência de conflitos de valores em suas atividades profissionais, decorrentes do sentimento de fragmentação da subjetividade, da falta de vínculos e de referências pessoais. Constatou-se a existência de um distanciamento com relação aos seus desejos pessoais e às práticas de gestão de pessoas, as quais são obrigadas a disseminar dentro das organizações, o que pode levar à corrosão de seus valores morais e éticos.

Ilse Maria Beuren e Lara Fabiana Dallabona, no artigo "Presença de mecanismos isomórficos em empresas contábeis", objetivam verificar a presença dos três tipos de mecanismos isomórficos (mimético, coercitivo e normativo) da Nova Sociologia Institucional (*New Institutional Sociology – NIS*) em empresas contábeis. A pesquisa descritiva com abordagem quantitativa foi realizada por meio de levantamento em uma amostra de 122 empresas contábeis do estado de Santa Catarina. Os resultados da pesquisa mostram que nas empresas contábeis das regiões da Grande Florianópolis, Oeste Catarinense e Serra Catarinense predominou o isomorfismo mimético, enquanto que nas regiões Norte Catarinense, Sul e Vale do Itajaí predominou o isomorfismo coercitivo. O isomorfismo normativo não se destacou dentre os demais, porém apresentou forte influência na região Sul Catarinense. A região da Serra Catarinense foi a que apresentou o maior número de empresas com índices que se distanciam do índice médio encontrado para cada tipo de isomorfismo; e a região do Vale do Itajaí, com o menor número de empresas que se distanciam do índice médio. De modo geral, todas as regiões apresentaram e(d) próximos a 1, ou seja, ocorreu pouco distanciamento dos índices de isomorfismo em relação às médias encontradas. Concluiu-se que nas empresas pesquisadas há presença, seja em maior ou menor intensidade, dos três tipos de mecanismos isomórficos da Nova Sociologia Institucional.

O artigo "Grau de adesão de empresas familiares às boas práticas de governança corporativa: proposição e teste de um instrumento-diagnóstico", de Carlos Eduardo Bandeira Araújo, Augusto César de Aquino Cabral, Sandra Maria dos Santos, Maria Naiula Monteiro Pessoa e Vivianne Pereira Salas Roldan, aborda a governança corporativa no contexto das empresas familiares, com o objetivo de propor e testar um instrumento-diagnóstico que permita verificar o alinhamento da gestão às boas práticas de governança corporativa. As empresas evidenciaram um grau moderado de adesão às boas práticas de governança corporativa, apesar de não implementadas de forma sistêmica. A empresa prestadora de serviços e a comercial demonstraram uma abordagem mais orientada para os *stakeholders* do que a fabricante de *lingerie*, com melhor desempenho na dimensão "Sustentabilidade". Apresentaram ainda a melhor pontuação na dimensão "Processos e Gestão", destacando-se a atuação eficaz da Direção Executiva. A indústria de *lingerie* apresentou melhor desempenho quanto à dimensão "Estrutura", por ter um Conselho de Administração. Contudo apresentou o pior desempenho na dimensão "processos e gestão", com destaque para a inexistência de um Conselho de Família, o que prejudica a eficácia do Conselho de Administração.

O caso para ensino "O fenômeno das compras coletivas pela Internet: o caso Peixe Urbano", de Ana Paula Kieling, Maria Luiza da Silva Costa, Maycon Pierre Til e Ricardo Boeing da Silveira, mostra a evolução das compras coletivas no Brasil, do surgimento em meados de 2010 até a fixação como uma forte fonte de publicidade digital ao intermediar relações entre clientes e empresas na modalidade de comércio digital de produtos e serviços. O seu diferencial consiste em ofertar vantagem a seus *stakeholders*, seja por meio de descontos nas compras ou por meio do *marketing* digital. O caso em questão aborda o tema ao ilustrar o comportamento de uma estudante brasileira adicta ao *website* Peixe Urbano, portal da Internet que incorporou o país ao fenômeno das compras coletivas, e levará o leitor a compreender e a questionar as nuances do mercado digital, bem como a forte influência do comércio eletrônico como base do negócio.