

EDITORIAL

Prezados leitores,

Nesse número da Revista Alcance temos sete artigos, que tratam dos temas responsabilidade social corporativa, cultura, redes, empreendedorismo, sistemas de remuneração e, da relação entre os indicadores de renda *per capita* e esperança de vida ao nascer

No primeiro artigo, Leonel Gois Lima Oliveira, Marcelle Colares Oliveira e Francisco Roberto Pinto, em seu artigo “Responsabilidade Social Corporativa: estudo comparativo das normas sociais”, analisaram as normas SA 8000, AA 1000, ISO 14001 e ISO 26000 como ferramentas de análise da gestão social das empresas, visando verificar suas características e seus aspectos convergentes e divergentes, relacionados ao processo produtivo, às relações com a comunidade, bem como com os empregados e seus dependentes, e, também, a integração dos sistemas de gestão. O estudo foi desenvolvido através de pesquisa bibliográfica e documental, tendo como principais fontes as normas estudadas, os livros e as revistas especializadas no assunto. Concluíram, após analisar detalhadamente a metodologia daquelas normas, que as mesmas apresentam mais características comuns do que aspectos divergentes. As semelhanças são mais significativas nas áreas: processo produtivo, relação com a comunidade e integração dos sistemas de gestão.

Em “Organização e Cultura de Inovação: elementos concretos e fatores percebidos”, as autoras Denise Del Prá Netto Machado, Cristiane Arndt Lehmann e Bárbara de Araújo estudaram a relação entre um ambiente inovador e os elementos culturais. A pesquisa foi realizada em empresas que atuam na produção para vestuário. Num primeiro momento, realizaram um levantamento, na região do Médio Vale do Itajaí, das indústrias têxteis associadas ao SINTEX - Sindicato das Indústrias de Fiação e Tecelagem e do Vestuário, que poderiam participar do estudo. O conceito de inovação adotado foi o do Fórum de Inovação da Escola de Administração da Fundação Getúlio Vargas (EAESP/FGV). A coleta de dados ocorreu através de questionários aplicados aos participantes pertencentes às empresas selecionadas, obtendo respostas individuais, que retrataram as percepções acerca do ambiente de inovação. Os elementos culturais observados foram: valores, crenças e pressupostos, ritos, rituais e cerimônias, estórias e mitos, tabus, heróis, comunicação e artefatos e símbolos. Obtiveram como resultado uma maior frequência, do elemento cultural - valores - na percepção dos entrevistados. Outra conclusão é de que o tempo de vida da organização pode ter um impacto considerável na cultura organizacional.

O terceiro artigo desse número, “Redes de Cooperação: um enfoque de Governança”, de June Alisson Westarb Cruz, Tomaz Sparano Martins e Carlos Olavo Quandt, descreve uma estrutura de Redes Sociais e Organizacionais

pautadas na Governança Comunitária e de Parceria, através de um estudo de caso, realizado na Rede de Associações de Catadores de Materiais Recicláveis, localizada na Grande Curitiba e no Litoral do Estado do Paraná. Foram realizadas pesquisas: bibliográfica, documental e de campo. Os dados foram coletados por meio da aplicação de questionários estruturados e de entrevistas com roteiro semi-estruturado. Os autores analisaram documentos e relatórios, assim como realizaram observações estruturadas, por meio de sua participação em fóruns, reuniões, congressos e no dia-a-dia da Rede de Associação de Catadores. Os dados foram analisados com auxílio do *software* de análise de redes sociais (UCINET) e da técnica de análise de conteúdo. Concluem que existe um sistema de interação entre as organizações e os indivíduos de diferentes segmentos da sociedade, que contribuem para o desenvolvimento e organização dos catadores de materiais recicláveis.

O artigo “Perfil dos Empreendedores Formais de Aracati/CE”, de autoria de Raimundo Wellington Araújo Pessoa, Leandra Fernandes do Nascimento e Edmundo Soares Neto, visou conhecer o perfil dos empreendedores formais daquela cidade. Os autores analisaram as características, habilidades e atitudes empreendedoras dos micro e pequenos empresários, bem como as condições que antecederam a criação da empresa, as razões motivadoras de sua implantação e os principais problemas enfrentados na condução do negócio próprio. Realizaram uma pesquisa descritiva, com os empreendedores formais que iniciaram suas atividades empresariais no município de Aracati (CE), no ano de 2005. Entrevistas estruturadas com os dirigentes das empresas foram utilizadas como técnica de coleta de dados. Concluem o artigo evidenciando as características empreendedoras, que auxiliaram no direcionamento das empresas pesquisadas no sentido de obterem sucesso no mercado.

Catarina Cecília Odélius e Angelino Rabelo dos Santos são os autores do quinto artigo desse número intitulado “Percepção de Justiça Organizacional de Sistemas de Remuneração em Organizações Públicas”. O objetivo do trabalho realizado foi verificar as diferenças de percepção de justiça organizacional entre empregados que recebem Remuneração Fixa e dos que percebem Remuneração Variável. Foram alvo da pesquisa duas empresas públicas de direito privado que atuam no setor agropecuário estatal brasileiro. A percepção de justiça organizacional dos empregados das empresas pesquisadas foi medida com a Escala de Percepção de Justiça Organizacional – EPJO, através de questionários estruturados. Os dados coletados receberam um tratamento estatístico, com a utilização de análises: fatorial, descritiva e inferencial. Os resultados indicaram não haver diferenças de percepção entre os empregados na comparação das percepções de justiça organizacional dos empregados que recebem somente remuneração fixa com as percepções daqueles que, além desta, percebem Participação nos Lucros e Resultados (PLR).

Em “Marketing social corporativo como estratégia para a valorização de marcas: um estudo da perspectiva do consumidor de alimentos do Paraná”, Agnaldo Keiti Higuchi e Francisco Giovanni David Vieira, tratam das implicações da adoção de marketing social corporativo como estratégia para valorização de marcas. Realizaram uma pesquisa nas seis maiores cidades do Estado do Paraná, para verificar a percepção dos consumidores de produtos alimentícios das maiores indústrias de alimentos paranaenses, com relação às ações em marketing social corporativo. Na mensuração da percepção os construtos, valoração na compra e valoração da ação social, foram considerados. Como resultado os autores informam

que os consumidores atribuíram pouca importância ao vínculo entre marca e causa social no momento da compra e, também, demonstraram desconhecimento sobre esse vínculo. Mas que em uma situação hipotética de conhecimento, os consumidores valorizam as marcas socialmente responsáveis.

O último artigo desse número, de Jorge Eduardo Scarpin e Marines Lucia Boff, “Relações entre os indicadores de renda *per capita* e a esperança de vida ao nascer nos municípios dos Estados da Região Sul do Brasil: um estudo empírico”, teve como objetivo apontar o relacionamento existente entre variáveis relacionadas a níveis e distribuição de renda e a esperança de vida ao nascer nos municípios dos Estados da Região Sul do Brasil. A metodologia utilizada pelos autores é de natureza quali-quantitativa, sendo que a abordagem quantitativa foi utilizada para desenvolver a modelagem matemática para determinar a relação entre o IDH-M educação e renda; e, a abordagem qualitativa foi adotada para dar base e parametrizar os resultados quantitativos, visando a uma melhor análise geral do caso em estudo. A coleta de dados deu-se por fontes primárias e secundárias. A técnica estatística utilizada na pesquisa foi a regressão linear múltipla. Os autores concluem sua pesquisa evidenciando que a esperança de vida ao nascer sofre pouco impacto do nível e da distribuição da renda *per capita* municipal.

Desejo a todos uma boa leitura!

Prof^a. Dr^a. Elaine Ferreira
Editora da Revista Alcance