

Editorial

Prezados Leitores,

O primeiro artigo desta edição da RAC, com autoria de Stefânia Ordovás de Almeida, José Afonso Mazzon, Utpal Dholakia e Hugo Fridolino Müller Neto, é intitulado Os Efeitos da Participação em Comunidades Virtuais de Marca no Comportamento do Consumidor: Proposição e Teste de um Modelo Teórico. Na tentativa de entender quais são os ganhos que as empresas podem ter em termos de intenções de recomendação, recompra e lealdade do consumidor, por meio da ação de comunidade virtual de marca, os autores utilizam uma amostra com 555 casos e concluem que a participação nessas comunidades não é tão importante quanto sua identificação com a marca.

O segundo artigo chama-se Cognição do Ambiente Competitivo, um Estudo dos Construtos Mentais Utilizados por Proprietários de Pequenas Empresas, por Simone Cristina Ramos, Jane Mendes Ferreira e Fernando Antonio Prado Gimenez. Busca identificar e descrever os construtos mentais, utilizados pelos dirigentes na avaliação de seus ambientes competitivos e na determinação de eventuais associações entre os construtos mentais dos dirigentes de pequenas organizações e seus contextos de referência e setores de atividade. Os resultados indicam que o conjunto de construtos utilizados é único para cada dirigente, mas puderam ser notadas comunalidades cognitivas, com a utilização mais frequente de seis construtos.

Na sequência, o trabalho de Farley Simon Nobre, Andrew M. Tobias e David S. Walker, Uma Visão da Empresa Baseada em Habilidades: Contextos Estratégicos e Contingenciais, aborda também a questão da cognição, procurando entender seu papel nas organizações que buscam o desenvolvimento de competências essenciais e vantagem competitiva sustentável. “Em sua primeira perspectiva, este artigo propõe uma visão da organização baseada em habilidades, que está fundamentada em conceitos da empresa, baseada em recursos, e em capacidades dinâmicas. Em sua segunda perspectiva, este trabalho introduz uma visão contingencial da cognição organizacional”.

O quarto artigo é intitulado Comprometimento, Satisfação e Cooperação no Trabalho: Evidências da Primazia dos Aspectos Morais e das Normas de Reciprocidade Sobre o Comportamento. Nele, Cristiano de Oliveira Maciel e Camila Camargo buscam verificar as relações entre comprometimento organizacional, satisfação e cooperação no trabalho por meio de uma survey com 331 questionários válidos, que foram respondidos por funcionários de 8 organizações do setor de serviços de Curitiba (PR). O estudo revelou, entre outras coisas, que a satisfação no trabalho é preditora significativa da variação das três dimensões do comprometimento, mas com maior influência sobre as dimensões afetiva e moral.

O trabalho seguinte, de Carlos Alberto Corrêa e Henrique Luiz Corrêa, O Processo de Formação de Estratégias de Manufatura em Empresas Brasileiras de Médio e Pequeno Porte, busca entender os processos de formação da estratégia de manufatura nas empresas brasileiras de médio e pequeno porte. Para tanto utilizam quatro estudos de caso de empresas. Conclusões são tiradas do modo como as empresas pesquisadas formam suas estratégias de operação em termos de prioridades competitivas; estabelecimento de objetivos de desempenho; priorização de programas de melhoramentos da manufatura; e definição dos indicadores de sua eficácia.

Ricardo Rocha de Oliveira e Antônio Edésio Jungles a seguir nos trazem um texto oriundo do Sistema de Fast-Tack da ANPAD: A relação da Comunicação e Gestão de Obras como um Processo de Transformação Conversações/Textos. O artigo discute a relação entre comunicação e gestão de obras, a partir dos conceitos da Escola de Montreal de comunicação organizacional. “Destaca-se a

contribuição na discussão do tema discurso, comunicação e organizações de duas formas: (a) a observação de teorias de comunicação, no contexto de organizações temporárias, e especificamente na gestão de obras; (b) a apresentação de uma metodologia de coleta, seleção e análise de episódios em eventos comunicativos, ocorridos em ambientes de trabalho”.

O penúltimo artigo da edição, *Social Networks and Sales Performance*, de Danny Pimentel Claro e Sílvio Abrahão Laban Neto discute a importância das características estruturais e relacionais das redes sociais de vendedores de um varejista de alimentos, buscando relacionar estas e outras características com o desempenho de 101 gestores de vendas.

O último artigo da edição, de Willson Gerigk e Ademir Clemente, trata da Influência da LRF sobre a Gestão Financeira: Espaço de Manobra dos Municípios Paranaenses Extremamente Pequenos. “Este artigo tem por objetivo avaliar e mensurar os reflexos da Lei de Responsabilidade Fiscal (LRF) sobre o espaço de manobra da gestão financeira dos municípios paranaenses com menos de cinco mil habitantes, tendo como referência as peculiaridades e atribuições dos governos locais”. Concluem os autores que o espaço de manobra da gestão financeira dos municípios foi significativamente modificado pela LRF, passando a depender mais fortemente da poupança de receitas correntes.

Na seção de casos de ensino em administração, temos o caso da Amendopar, escrito por Renata Cesar Torres, Rebecca Arkader, João Luiz Kupperman Garcia e Edson Montebeller. O caso de ensino apresenta uma empresa familiar brasileira de médio porte que havia alcançado o limite de sua capacidade de produção e que precisava decidir se era o momento para uma nova unidade e quais seriam as dimensões adequadas e os investimentos necessários.

Por fim, temos a Resenha Bibliográfica do livro *Diversidade Sexual e Trabalho*, de Maria Ester de Freitas e Marcelo Dantas (orgs.) por Kary Emanuelle Reis Coimbra; e as Notas Bibliográficas *A Psicologia do Líder*, de Antonio Meneghetti, por Adriane M. M. Mendes e *Endomarketing Inteligente: a Empresa Pensada de Dentro para Fora*, de Daniel Costa, por Murilo Martins Andrade.

A todos, uma Boa Leitura!

Rogério H. Quintella
Editor Geral