

Editorial

Estratégia e Negócios, Florianópolis, v. 1, n. 2, jul./dez. 2008

<http://portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/EeN/index>

Com a edição do segundo número, do primeiro volume, da *Revista Eletrônica de Estratégia e Negócio*, seguimos com confiança em busca do sucesso editorial.

O primeiro passo foi dado com a edição de estréia. Agora, com o segundo número, é momento de firmar e consolidar a revista. Esta edição conta com o apoio de pesquisadores brasileiros, e também de outras nacionalidades, como americana e francesa.

Registramos, mais uma vez, os agradecimentos aos membros do conselho editorial, aos avaliadores *ad hoc*, e aos autores que submeteram seus artigos à revista e, especialmente, aos autores dos nove artigos que compõem o presente número.

O primeiro artigo, intitulado *The Fortune at the Bottom of the Pyramid (A Fortuna na Base da Pirâmide)* é de autoria de C.K. Prahalad e Stuart L. Hart, que a exemplo de artigo publicado no primeiro volume, também foi publicado em uma revista internacional (*Strategy+Business* n. 26, first quarter 2002). Os autores autorizaram a publicação deste artigo na *Revista Eletrônica de Estratégia e Negócios*. O texto é um dos inspiradores para o best seller de mesmo nome de autoria de CK Prahalad. O artigo argumenta sobre a possibilidade e oportunidade de transformar o mercado da base da pirâmide em um mercado lucrativo.

O segundo artigo, “Aprendizagem organizacional e criação de conhecimento – em um instituto privado de ciência e tecnologia”, de Andrea Valéria Steil e Roberto C. S. Pacheco, enfoca o processo de aprendizagem organizacional e de criação de conhecimento no Instituto Stela, um *start-up* universitário da Universidade Federal de Santa Catarina. O estudo expande o conhecimento acerca do construto da aprendizagem organizacional e contribui para a geração de insumos que possibilitem a realização de novas pesquisas em um universo maior de institutos privados de C&T e em instituições intensivas em conhecimento de outros setores da economia.

Seguindo a composição da revista, o terceiro artigo, de autoria de Isamir Machado de Carvalho e Vivianne Muniz Veras, intitulado “A propriedade intelectual como elemento estratégico da gestão do conhecimento” trata como a interação entre os indivíduos tem sido instigada como uma das formas de compartilhamento de conhecimento para contribuir para o sucesso empresarial abordando o conjunto de orientações formais como meio de regulamentação da proteção ao conhecimento. Conclui sobre a necessidade de entendimento com relação ao equilíbrio entre a proteção e o compartilhamento do conhecimento.

O quarto artigo, que tem como título “Estrutura de governança e a formação de holdings no setor elétrico brasileiro de autoria”, de André Luís da Silva Leite e Nivalde J. de Castro, apresenta um estudo sobre a estrutura de governança do setor elétrico brasileiro concluindo que em setores em que a verticalização é proibida, as empresas tendem a se estruturar sob a forma de holdings, visando minimizar os custos de transação e maximizar os ganhos das sinergias das operações ao longo da cadeia de produção.

Avançamos a presente edição com o quinto artigo, o qual traz as “Experiências de internacionalização de empresas brasileiras em um contexto globalizado”, de Homero Jorge Mazzola, e tem por objetivo apresentar as condições gerais em que se desenvolveram os empreendimentos internacionais, analisando as estratégias utilizadas e os resultados obtidos. O estudo conclui que apesar do pouco tempo em que vem se desenvolvendo a ação exportadora brasileira com resultados significativos, os resultados alcançados apontam para um caminho promissor, se ações focadas forem tomadas pelo país como um todo.

Para Bénédicte Serrate, no artigo da revista “*Reseaux de conception innovante et formes de proximités*”, (Redes de concepção inovadora e formas de proximidades), a concepção nas empresas industriais representa no processo de inovação uma etapa essencial, mas ainda pouco estudada pelos economistas. Ela pode ser utilizada para obter inovações cada vez mais consideradas essenciais à competitividade da empresa, segundo uma lógica de redes renovadas constantemente. Analisando os modos de organização de redes de concepção, o artigo busca verificar se a proximidade geográfica constitui uma competência essencial e se a globalização das empresas não deixa aparecer outras formas de proximidade.

O sétimo artigo, “Tecnologias da informação e comunicação: o caso do Grupo Back sob a perspectiva de geração de conhecimento e relação com seus clientes externos”, de Letícia

Bonatti, aborda teorias e conceitos sobre a Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) na perspectiva de geração de conhecimento do Grupo Back com relação a seus clientes externos. Os resultados da pesquisa permitem concluir que a organização estudada possui o conhecimento dos seus clientes externos por intermédio das tecnologias da informação e comunicação aplicada como ferramenta de auxílio à comunicação com seus clientes.

O oitavo artigo, de autoria de Luiza Maria Bessa Rebelo, cujo título é “Para além do processo racional de formação de estratégias em universidades públicas: um olhar com foco na teoria da complexidade” trata da avaliação do processo de formação de estratégias de gestão em universidades públicas à luz dos fundamentos da Teoria da Complexidade. Os resultados da aplicação do construto na instituição estudada evidenciaram que esta orienta seus processos de formação de estratégia, expressos em seus Planos de Gestão, basicamente pelos modelos racional-formal e negociado, mas que vem modificando sua prática no sentido de incorporar também o modelo de construção permanente.

Encerra a presente edição o nono artigo, denominado “Trueto de tipologias estratégicas na arena das franquias de *fast food* no Brasil: Porter X Miles & Snow X Mintzberg”, de Eloi Almiro Brandt, o qual tem por objetivo testar as tipologias de estratégias de Porter, Miles & Snow e Mintzberg nas franquias de *fast food* que operam no Brasil, destacando o impacto da resolução do *trade-off*, clássico poder explanatório, versus parcimônia na capacidade descritiva das alternativas. O estudo constatou que as tipologias testadas exibem capacidades descritivas distintas, sendo que a de Porter demonstrou maior aderência às franquias de *fast food* que operavam no Brasil na época.

Esperamos poder continuar inspirando confiança na comunidade científica, tendo como resposta muitas outras contribuições, tanto de autores brasileiros como internacionais, os quais irão abrilhantar as próximas edições com reflexões teóricas e empíricas, permitindo-nos consolidar o periódico com um alto fator de impacto.

Até a próxima edição e boa leitura!

Maria Terezinha Angeloni

Editora