

EDITORIAL

Caros (as) Leitores (as),

Iniciamos este número da Revista Gestão e Desenvolvimento (RGD), do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas (ICSA), com dois comunicados. Primeiramente, informamos que ocorreram mudanças na editoria do periódico. Por esta ocasião, gostaríamos de agradecer, imensamente, o trabalho empenhado nesses dois anos pelo Prof. Dr. Valdir Pedde, que muito contribuiu para o desenvolvimento e a qualificação da Revista. Em segundo lugar, queremos manifestar junto à comunidade acadêmica que a RGD está em processo de avaliação de indexadores nacionais e internacionais. Essa ação de indexação tem sido foco infatigável de trabalhos da editoria da RDG durante o ano de 2016. Temos a certeza de que, seguidamente, estaremos divulgando as conquistas nesse âmbito.

O número 2 do volume 13 contempla nove artigos e uma resenha. Seguindo a premissa das temáticas, por meio de dossiês, este número explorou o tema da Indústria Criativa. As indústrias criativas estão alicerçadas em critérios essenciais de criatividade, capacidade e talento individual, que potencializam a criação de riqueza e de empregos por meio da produção e da exploração da propriedade intelectual, representando um diferencial de desenvolvimento na taxa de crescimento de diferentes países. Por essa razão, torna-se preponderante a divulgação científica, já que a perspectiva de resultados e interações que a indústria criativa potencializa é considerável, como: atuar como agente de comunicação entre setores de atividades que carecem de diálogo (empresas, centros de investigação, centros culturais, parques tecnológicos, etc.), fomento de trabalho em rede, criação e internacionalização de negócios criativos regionais, dinamização da economia digital, entre outros.

Os autores que contribuíram para este número são oriundos de diferentes instituições, tais como: UFFS, UFMG, USP, UNISINOS, UPF, FUCAPE BUSINESS SCHOOL, UNIVATES e FEEVALE.

O primeiro artigo, de autoria de Fabiane Barili, Juliano Varella de Carvalho e Marta Rosecler Bez, intitulado “As indústrias culturais e criativas baseadas nos círculos concêntricos”, traz uma interessante pesquisa que se propôs a demonstrar um panorama atualizado dos setores criativos do I Congresso de Indústrias Criativas, realizado na Universidade Feevale em 2015. A pesquisa identifica como os trabalhos do Congresso se relacionam com o modelo de Economia Criativa apresentado pela UNESCO e traz como principais resultados uma pulverização de estudos na área, destacando que o setor da indústria criativa com maior evidência é aquele relacionado às áreas de publicidade, televisão e moda. Também foram evidenciadas a interdisciplinaridade e as diferentes áreas de formação dos profissionais que atuam na indústria criativa.

O segundo artigo, sob a denominação “Análise reflexiva do processo de internacionalização das empresas de negócios digitais”, de autoria de Mateus Feld e Dusan Schreiber, procurou promover uma reflexão acerca do processo de internacionalização das empresas de negócios digitais à luz de duas importantes teorias sobre internacionalização – o modelo de Uppsala e o Paradigma Eclético – e dos estudos sobre o fenômeno *Born Global*. Os principais resultados, a partir de uma análise bibliográfica, apontam que que empresas de negócios digitais tendem a se internacionalizar de forma acelerada, como *Born Globals*, em vez de seguir os padrões abordados pelas teorias tradicionais de internacionalização. Além disso, a análise conclui que a natureza do produto digital que a empresa desenvolve, bem como o tipo do seu consumidor-alvo são os fatores que definirão o canal de internacionalização utilizado pela empresa.

Seguindo a abordagem de reflexões por meio de abordagens teóricas, o terceiro artigo deste número, de autoria de Raquel Engelman e Manuela Albornoz Gonçalves, intitulado “Emoções, criatividade e inovação: reflexões sobre esta relação”, teve por objetivo apresentar uma relação, propondo um modelo teórico preliminar, entre os fatores psicológicos, especialmente as emoções, a criatividade e a inovação, com a finalidade de trazer contribuições para a melhoria da gestão da criatividade e da inovação. A contribuição do artigo aponta para a importância que os dois subcampos teóricos integrados, a criatividade e a inovação. Também, revelou a importância de pesquisas relacionadas a esses temas quanto à necessidade de uma abordagem multinível, integrando os níveis individuais, de grupo e organizacionais nos diversos setores criativos.

O quarto artigo, de autoria de Ana Cláudia Azevedo, Kelly Cristiny Chinelato Sacramento, João Maurício Gama Boaventura e Adalberto Américo Fischmann, sob o título “Confiança em redes de negócios: abordagens, determinantes e formas de mensuração”, traz uma pesquisa relevante que procurou identificar como os aspectos sociológicos e econômicos da confiança são abordados nos diferentes paradigmas da literatura de redes de negócios. Entre conceitos e determinantes, os autores observaram que não há alinhamento entre a escola-base de confiança e o paradigma teórico de redes sob o qual são avaliados. As métricas para verificação da confiança centram-se na percepção dos atores sobre alguns determinantes, especialmente, relacionamento interpessoal, reputação e histórico de transações. Além disso, para os autores, a confiança, para ser efetiva, deve ser analisada por intermédio da combinação de fatores sociológicos e econômicos.

Na seção dos artigos de temas livres, nossa quinta contribuição, de autoria de Diego Echevenguá Borges e Flavia Luciane Scherer, sob o título de “Isomorfismo e flexibilidade face às pressões do ambiente institucional: um estudo junto às vinícolas exportadoras da região da campanha gaúcha”, explorou, a partir de um estudo de caso com múltiplas unidades de análise na região da Campanha no Rio Grande do sul, se as vinícolas fazem uso do isomorfismo em suas respostas às pressões do ambiente institucional para obterem legitimação na comunidade vitivinícola. Os principais resultados encontrados demonstraram que todas as vinícolas adotaram respostas estratégicas menos flexíveis face às requisições dos consumidores por práticas ambientalmente corretas.

No mesmo contexto empírico, o sexto artigo, sob o título de “Comportamento do consumidor de vinhos da região das missões: uma investigação sobre os fatores influenciadores”, de autoria de Lara Denise Basso e Monize Sâmara Visentini, objetivou, a partir de uma *survey*, analisar o compor-

tamento do consumidor de vinhos da Região das Missões - RS, com base na investigação de quais fatores mais influenciam os hábitos de consumo, entre os fatores psicológicos, sociais, culturais e pessoais. Entre os resultados, destaca-se que os fatores que mais impactam o comportamento do consumidor de vinhos da região estudada são os fatores sociais, recebendo destaque a influência da família no comportamento de consumo.

O sétimo artigo, intitulado “A análise da utilização do orçamento empresarial como ferramenta de gestão industrial”, de autoria de Eduardo Lenz e Alexandre André Feil, buscou, a partir de uma *survey* aplicada em 18 indústrias das cidades de Arroio do Meio, Estrela e Lajeado, no estado do Rio Grande do Sul, analisar a utilização do orçamento empresarial como ferramenta de gestão, o tipo de orçamento mais utilizado, as principais técnicas de elaboração e a visão dos gestores. Os resultados apontaram que a maior parte das organizações utiliza o orçamento empresarial como ferramenta de controle de gastos, optando pelo tipo de orçamento flexível, e grande maioria delas apresenta falhas na etapa do planejamento.

Seguindo esse contexto de gestão de processos organizacionais, o oitavo artigo, de autoria de Taliane Heming Backi, Tadeu Grando, Vanessa de Quadros Martins e Antônio Carlos Brunozi Junior, teve como objetivo analisar as vantagens e as desvantagens da implantação do SPED Fiscal na percepção dos empresários de Guaporé, no Rio Grande do Sul. Com uma abordagem quantitativa, a partir de análise estatística, foi apresentado que as principais vantagens com o SPED Fiscal para os empresários foram a melhoria na área gerencial, a aplicação de recursos nas áreas fiscal e contábil e a melhoria na qualidade da informação e dos processos internos. Nas desvantagens, perceberam-se aumento nos gastos com tecnologia para uma base de dados completa na transmissão do SPED Fiscal, dificuldades na implantação do SPED Fiscal, falta de treinamentos disponíveis e sistemas não preparados.

Por fim, o nono artigo, de autoria de Mariana Santos da Silva, Emerson Wagner Mainardes e Sarah Venturim Lasso, intitulado “Características do empreendedorismo feminino no Brasil”, apresenta uma pesquisa quantitativa na qual os principais resultados demonstraram que as empreendedoras são mulheres altamente escolarizadas e casadas e que precisam de mais conhecimentos em habilidades gerenciais e tecnológicas para um melhor gerenciamento de seus negócios.

Na temática do empreendedorismo, ainda destacamos a resenha de autoria de Kelvin da Silva Penedo acerca do livro recém-lançado “Empreendedorismo e Ação Empreendedora”, sob a organização da Prof.^a Dr.^a Vânia Gisele Bessi. Por meio de uma parceria entre a Universidade Feevale e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o livro traz informações e contribuições relevantes para esse tema atual e suas repercussões em ações que visam ao desenvolvimento local, regional e nacional.

Convidamos todos os leitores da Revista Gestão e Desenvolvimento a conferirem e desfrutarem de uma boa leitura. Até o próximo número!

Prof.^a Dr.^a Cristine Hermann Nodari
Editora da Revista Gestão e Desenvolvimento
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas