

## EDITORIAL

Concluindo as edições do ano de 2013, a *Revista de Ciências da Administração* apresenta 15 artigos, com conteúdo sólido e que, efetivamente, provocarão impacto na área de abrangência da Revista. A edição de número 37 da RCA possui participações e contribuições importantes de todos os que se dedicaram à revista, oferecendo aos leitores uma agradável leitura e gerando conhecimento.

No primeiro artigo, Renata Andreoni Barboza e Eduardo André Teixeira Ayrosa apresentam um estudo qualitativo, utilizando o exemplo de mercado *Toy Art*, no qual os resultados demonstram que os consumidores de *Toy Art* utilizam o seu bem para constituir sua identidade social e como forma de diferenciação e de expressão.

Com o objetivo de explorar e de analisar a relação entre redes e desempenho empresarial, Elisabeth Loiola e Gerson Volney Lagemann apresentam um estudo de multicase longitudinal, desenvolvido em cinco empresas selecionadas por acessibilidade e conveniência, em diferentes estágios de incubação, na Softville, incubadora de base tecnológica de Joinville-SC.

*Marketing Social Corporativo: estado da arte e proposição de um esquema conceitual* é o artigo dos autores Francisco Giovanni David Vieira, Agnaldo Keiti Higuchi, Rosemeri Schneider e Patricia Soares Azoline Correa. O trabalho deles enfoca a concepção de marketing social como sinônimo de filantropia, responsabilidade social ou marketing de causa social, além disso, propõe uma nova concepção para o desenvolvimento de ações sociais por parte das empresas, a qual é sintetizada em um esquema conceitual de marketing social com caráter corporativo.

Com o objetivo principal de verificar se a educação está diretamente relacionada ao aumento da renda, tendo como foco a população da base da pirâmide, Renata Giovinazzo Spers e Luciana Tiemi Nakandakare apresentam sua pesquisa com resultados relevantes para a gestão pública.

Explorar a produção acadêmica científica da *Brazilian Administration Review*, por meio das análises: bibliométrica e de rede social, no período de 2004 a

2012, é o que aborda o artigo de Henrique César Melo Ribeiro e Benny Kramer Costa.

Na sequência, Cristiana Fernandes de Muyl-der, Alexandre Teixeira Dias e Cláudio Luiz Oliveira apresentam uma pesquisa realizada com estudantes brasileiros, referente à possibilidade do ensino do empreendedorismo.

O sétimo artigo, de Ronald Jean Degen, traz um novo método para ensinar estudantes de empreendedorismo a praticar inovação e a criar oportunidades de negócios de alto impacto.

Escrito por Eliana Rocío Rocha Blanco, Angel Cobo Ortega, Adolfo Alberto Vanti e Silvio Johann, o artigo *Imágenes Organizacionales en Empresas Brasileñas: detección y análisis con técnicas de minería de datos* apresenta uma pesquisa quantitativa, cujas análises realizadas são de grande importância para a gestão e a cultura do comportamento empresarial.

Identificar o perfil das pessoas que utilizam o Planejamento Estratégico Pessoal e, a partir disso, avaliar os elementos teóricos e empíricos necessários para a formulação de um referencial metodológico de Planejamento Estratégico Pessoal torna-se a proposta de pesquisa de Marilei Osinski, Maurício Fernandes Pereira, Dyogo Felype Neis e Siqueira Morais Neto.

No décimo artigo, Sady Darcy da Silva Junior, Edimara Mezzomo Luciano e Mauricio Gregianin Testa buscam identificar as contribuições do Modelo de Medição de Desempenho Organizacional da *Performance Prism* ao *Balanced Scorecard*, sob a perspectiva dos *stakeholders*.

Em seguida, Rebecca Impelizeri Moura da Silveira, Ricardo Silveira Martins, Ana Lúcia Miranda Lopes e Alexandre Florindo Alves abordam em sua pesquisa o setor moveleiro brasileiro.

Identificar os mecanismos que impulsionam as Instituições de Ensino Superior a mudarem de comportamento e a incorporarem educação ambiental na grade da graduação em Administração, como tema transversal, é a reflexão realizada por Heloísa Helena Marques da Silva, Milton de Abreu Campanario e Maria Tereza Saraiva de Souza.

Apresentar diferentes abordagens sobre *stakeholders* organizacionais é a proposta de Patrícia Mattos de Barros Schiavoni, Mário Cesar Barreto Moraes, Alice Carneiro de Castro e Jair Nascimento Santos em seu trabalho.

Com o intuito de discutir o conceito, o modelo e a estrutura de governança, apropriados à gestão de pequenas empresas familiares brasileiras, Denize Grzybovski, Rodrigo Teixeira Machado, Enise Barth

Teixeira, Margarete David da Silva fazem uma reflexão a partir de um estudo de caso.

Encerrando esta edição, o artigo de Evandro Rodrigues de Faria, Marco Aurélio Marques Ferreira e Márcio Augusto Gonçalves apresenta uma investigação referente aos fatores de riscos potencializados pela utilização do pregão eletrônico.

Desejamos a você uma boa leitura!

*Prof. Pedro Antonio de Melo*  
Editor-Chefe