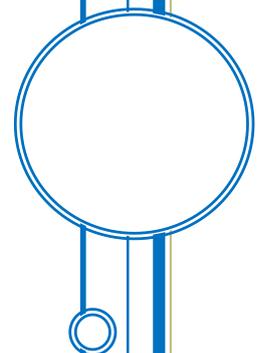


EDITORIAL
*REVISTA BRASILEIRA DE GESTÃO E
INOVAÇÃO (RBGI)*
v. 7, n. 3, Maio/Agosto 2020



Caros leitores:

A equipe da Revista Brasileira de Gestão e Inovação – *Brazilian Journal of Management & Innovation*, tem a satisfação de trazer ao público sua terceira edição do sétimo volume (v.7, n.3). A edição, que compreende o quadrimestre Maio-Agosto de 2020, disponibiliza à comunidade científica e acadêmica oito artigos teóricos e empíricos cujos temas envolvem transferência de tecnologia, empreendedorismo e inovação, comunicação interna, financiamento coletivo, processos de internacionalização, desenvolvimento de marcas próprias e comportamento do consumidor.

O primeiro estudo é “COOPERAÇÃO TECNOLÓGICA DO PROGRAMA RIO DE LEITE: EFEITOS NO CAPITAL CIENTÍFICO E HUMANO TÉCNICO”, e foi realizado por Daniela Althoff Philippi, Thais Emanuely Soares Lima, Yara Soares da Silva e Helena Pereira Fialho de Goes. Ele apresenta o estudo sobre os efeitos decorrentes do processo de transferência de tecnologia do Programa Rio de Leite, com base no Modelo de Eficácia Contingente e abrangendo os capitais científico e humano técnico. O Programa em questão envolve produtores e universidades locais e movimenta a economia da região a qual pertence, seja pela aproximação dos participantes – produtores e pesquisadores – em redes de colaboração, qualificando a mão de obra e favorecendo a produção científica sobre a produção leiteira.

Para colaborar com a produção científica sobre empreendedorismo, Nicoline Pinheiro Fernandes, Lívia Castro D'Avila, Ana Paula Capuano da Cruz e Errol Fernando Zepka Pereira Junior realizam o estudo “QUEM É O EMPREENDEDOR? A BUSCA POR UMA DEFINIÇÃO DO CONCEITO ATRAVÉS DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA BRASILEIRA”. Neste estudo os autores analisam, a partir da literatura sobre empreendedorismo e inovação, as diferentes definições de empreendedor e concluem que ainda nos dias de hoje o empreendedor é visto como quem cria ou abre um novo empreendimento. Concluem, ainda, que o termo também é relacionado com inovação e desenvolvimento econômico regional.

O terceiro estudo desta edição, intitulado “A COMUNICAÇÃO INTERNA EM UMA EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇOS DE SAÚDE E SUA INFLUÊNCIA NO COMPROMETIMENTO ORGANIZACIONAL”, foi realizado por Magali Silveira de Jesus, Luciene Eberle, Juliana Matte, Cassiane Chais, Pelayo Munhoz Olea e Paula Patricia Ganzer, estuda a influência da comunicação interna no comprometimento organizacional em uma prestadora de serviços de saúde. Os autores observaram que, além do impacto positivo da comunicação interna no comprometimento organizacional, ela ocupa um lugar importante na

estrutura organizacional, porém há dificuldade na comunicação entre setores. O artigo ainda destaca os benefícios e eficácia de estratégias comunicativas em organizações.

Já os dois seguintes artigos buscam nortear futuras produções científicas a partir de estudos de revisão de literatura. *Crowdfunding* é o tema central da revisão bibliométrica realizada pelos autores Márcio Rossi e Carlos André de Melo Alves, intitulada “CROWDFUNDING: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA EM BASES DE DADOS DE 2013 A 2017”. A revisão contribui para futuros estudos sobre o tema e, considerando a regulamentação referente a categorias de *crowdfunding* no Brasil, o estudo pode contribuir, também, para reflexões de gestores e demais interessados na adoção de inovações relativas à captação de recursos financeiros por meio da internet.

Ou outro artigo, “UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA SOBRE AS PUBLICAÇÕES DOS PERIÓDICOS QUALIS/CAPES E DA WEB OF SCIENCE: A TRAJETÓRIA DA PRODUÇÃO ACADÊMICA SOBRE AS IPSAS e IPSASB”, cujos autores são Ana Tereza dos Santos Silva, Ronaldo da Silva Araújo e Nivianne Lima dos Santos Araújo, teve enfoque na produção científica presente nas revistas do Qualis/CAPES e dos trabalhos disponíveis na base *Web of Science* que tratam do *International Public Sector Accounting Standards* (IPSAS) e da *International Public Sector Accounting Standards Board* (IPSASB), entre os anos de 2008 a 2018, com o objetivo de fazer uma comparação entre estes dois direcionamentos conceituais.

O sexto artigo, “VELOCIDADE DA EXPANSÃO INTERNACIONAL: O PAPEL DA FOLGA ORGANIZACIONAL”, realizado por Dermeval Martins Borges Junior e Vidigal Fernandes Martins, analisa a relação entre folga organizacional, velocidade da internacionalização e desempenho de empresas brasileiras de capital aberto. Os autores observaram que as folgas organizacionais apresentam diferentes efeitos na velocidade de internacionalização, bem como na relação entre velocidade de internacionalização e desempenho, conforme o tipo de folga considerada.

O artigo “O DESENVOLVIMENTO DE MARCAS PRÓPRIAS E A CULTURA EMPREENDEDORA PARA O CRESCIMENTO EMPRESARIAL”, discute as condições relevantes para o crescimento das indústrias do setor vitivinícola, as quais criam suas marcas próprias, a partir do levantamento das características destas empresas. Andra de Souza dos Passos, Eduardo Rubini da Silva, Priscila Bresolin Tisott, Deise Taiana de Ávila Dias e Pedro Augusto Bocchese, autores do estudo, concluem que a marca própria leva a empresa a gerar mais rentabilidade, o que pode ser essencial para a sobrevivência entre as empresas.

Para encerrar esta edição, a pesquisa realizada por Ricardo Antonio Reche, Adriana Locatelli Bertolini e Rochele Rigatti Debona estuda como o narcisismo do consumidor pode

influenciar as estratégias de marketing. Seus resultados, apresentados no artigo “O NARCISISMO DO CONSUMIDOR E AS ESTRATÉGIAS DE MARKETING: UMA ABORDAGEM TEÓRICA”, indicam que consumidores com traços de personalidade narcisista objetivam uma atenção voltada para si e uma busca por produtos e serviços que os representem, fazendo-os se sentirem exclusivos, e assim afetando o seu comportamento de compra.

Na expectativa de contribuir com as pesquisas e reflexões de nossos leitores, desejamos a todos uma ótima leitura.

Editor-Chefe:

Dr. Alex Eckert

Editores Científicos:

Dr. Fabiano Larentis

Dra. Maria Emília Camargo