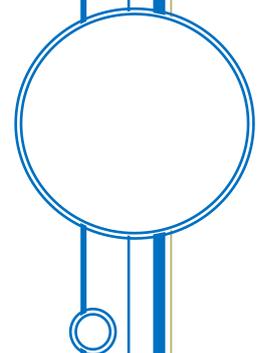


EDITORIAL
*REVISTA BRASILEIRA DE GESTÃO E
INOVAÇÃO (RBGI)*
v. 8, n. 1, Setembro/Dezembro 2020



Estimados leitores:

Na primeira edição do volume oito (v.8, n.1) da Revista Brasileira de Gestão e Inovação – RBGI estão disponíveis aos leitores estudos teóricos e empíricos que abordam temas como empreendedorismo e inovação no âmbito tecnológico, gestão do conhecimento e comportamento do consumidor.

O estudo **“Relação entre startup de base tecnológica e stakeholders à luz da estratégia como prática e teoria da saliência”** apresentado por **Bruno Ribas Silveira e Rosalia Aldraci Barbosa Lavarda** sob a perspectiva da estratégia-como-prática e da teoria da saliência, propõe compreender como ocorre o relacionamento entre startups e seus stakeholders. Os autores avaliam as práxis e práticas entre ambas as partes e observam que a dinâmica da relação inicia já nas pesquisas realizadas com os potenciais usuários. O estudo permite perceber as rotinas, os recursos aplicados e as interações e negociações realizadas pelos múltiplos atores envolvidos no desenvolvimento da Startup.

Enquanto o primeiro artigo analisa a relação entre startup e seus stakeholders, o segundo artigo desta edição **“Cocriação de valor na sala de aula: um estudo das relações interativas entre professor e aluno”**, de autoria de **Luis Carlos Alves da Silva, Flávio Brambilla, Maicon Silva e Lavinia Mello** analisa a relação interativa entre professor e aluno no processo de cocriação de valor para o mercado educacional. Os autores sugerem que a troca de experiências no ambiente de sala de aula, amplia e fortalece as relações estabelecidas entre professor e aluno.

No intuito de compreender as principais falhas no processo de elaboração da documentação do Processo de Aprovação de Peças de Produção para a entrega junto ao primeiro lote de produção, **Julian Perboni Copetti e Ivandro Cecconello** apresentam sua pesquisa **“O impacto do Processo de Aprovação de Peças de Produção no Processo de Avaliação de Amostras: um estudo de uma montadora de veículos”** realizada em uma empresa do ramo metalmeccânico da Serra Gaúcha. Os autores destacam o papel importante desempenhado pela empresa cliente neste processo e e na relação da empresa com seus fornecedores.

A partir das evidências referentes a avaliação da qualidade dos serviços feita pelos alunos ao escolherem uma IES (Instituição de Ensino Superior), o estudo realizado por **Gabriel Sperandio Milan, Marcéli dos Santos Milano Gonçalves e Luciene Eberle**: **“Propensão à recompra de**

serviços (cursos) e à indicação a terceiros: um estudo ambientado em uma IES da Serra Gaúcha”, teve como objetivo compreender como os alunos do curso de Administração de uma IES da Serra Gaúcha estariam propensos à recompra de serviços (cursos) e a indicar a instituição foco do estudo. Os autores observam as várias facetas do processo de escolha e indicação da IES, as quais envolvem não apenas a avaliação da qualidade, mas também a satisfação do cliente (aluno) em relação aos serviços disponibilizados.

No quinto artigo desta edição **“Teoria do comportamento planejado e contabilidade: um estudo sobre a validade da teoria diante da opção pela carreira acadêmica contábil”**, os autores **Tayná Cruz Batista e Ronan Reis Marçal** analisam a validade da Teoria do Comportamento Planejado (TCP) no que diz respeito à relação de dependência de seus condicionantes dada a tomada de decisão feita por mestrandos ao optarem pela carreira acadêmica contábil. O estudo quantitativo testa três hipóteses que tratam da combinação e relação entre as três condicionantes da teoria: Atitude, Norma Subjetiva e Controle Comportamental e comprovam a interdependência entre estes três fatores condicionantes.

Isabelle Menezes Dovera Ribeiro e Daniel Modenesi de Andrade são os autores do estudo **“Fatores antecedentes da intenção de recompra da marca de um smartphone”**. Neste estudo os autores testam um modelo teórico que colocou a imagem social como elemento influenciador de recompra, assumindo a existência das relações entre design, qualidade percebida, popularidade da marca, norma subjetiva, preço percebido e auto congruência, tanto na intenção de recompra quanto na imagem social. A partir da utilização da modelagem de equações estruturais, os autores concluíram que as experiências satisfatórias dos consumidores com as marcas de smartphone que oferecem popularidade, reconhecimento de autoimagem, qualidade e atrativos estéticos poderão influenciá-los a recomprar este produto.

Gestão do conhecimento é o tema do ensaio teórico de **Valéria de Paula Silva, Alexandre Ferreira Nascimento, Aparecida Laino Entriel, Saulo Barbará de Oliveira e Américo da Costa Ramos Filho**, intitulado **“Múltiplas formas de manifestação do conhecimento nas organizações: proposta de framework como abordagem estratégica para alcance da efetividade organizacional”**. Os autores argumentam que para enfrentarem as questões do cotidiano e se posicionarem a frente dos concorrentes, as organizações deverão desenvolver estratégias com orientações tecnológica, humana e dinâmica, combinando e aplicando o conhecimento em múltiplos formatos. O texto contribui com as decisões estratégicas tomadas por gestores e propõe uma relação de interdependência entre estrutura, estratégia e conhecimento organizacional.

Por fim, o artigo “**Desempenho das empresas graduadas em incubadoras do oeste do Paraná - ANPROTEC: uma análise da metodologia de incubação**” de **Lays Martins Amaral e Eduardo Hack Neto**. O estudo de casos múltiplos apresentado avalia as fases do modelo de incubação realizados pelas Incubadoras de Empresas do Oeste do Paraná, vinculadas à Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores [ANPROTEC], assim como o desempenho das empresas graduadas. Dentre os resultados está a observação dos aspectos positivamente valorizados pelos empreendedores: comprometimento dos sócios, oportunidade de mercado e capacidade técnica da equipe.

Esperamos que as leituras contribuam com o conhecimento e aprendizagem dos nossos leitores.

Editor-Chefe:
Dr. Alex Eckert