

## Editorial Vol.3, No.1

O grande desafio de 2006 em termos de gestão editorial da RAI é adotar o Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas – SEER, que é uma versão customizada do Open Journal Systems – OJS ([pkp.sfu.ca/ojs/demo/](http://pkp.sfu.ca/ojs/demo/)), plataforma construída para apoiar a divulgação de revistas científicas, incluindo todas as etapas do processo editorial como a recepção de trabalhos, distribuição e acompanhamento de textos a pareceristas e apresentação da revista ao público por meio de site na *Internet*. O OJS é uma plataforma aberta, desenvolvida pelo *Public Knowledge Project* - PKP do Canadá, com o objetivo de apoiar e expandir o acesso aos resultados de pesquisa acadêmica ([PKP Publications](#)). No Brasil, este sistema é apoiado e divulgado pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia – IBICT ([www.ct.ibict.br](http://www.ct.ibict.br)), órgão ligado ao Ministério de Ciência e Tecnologia - MCT. Algumas características do OJS merecem destaque:

- Instalado e manipulado localmente.
- Os editores “customizam” quesitos diversos, seções, processo de revisão, formatação dos textos, etc.
- Transparência em toda gestão editorial, com fluxo de trabalho e responsabilidades bem definidas.
- Submissão e controle de todo o processo editorial de forma digital “online”.
- Possibilidade de indexação integrada.
- Manutenção de estatísticas sobre todo o processo editorial, contabilizando prazos de entrega e processamento de textos para publicação, submissões, etc.
- Notificação eletrônica e outras ferramentas de interação de gestão e com autores e público em geral.

Temos a previsão de implantar nesta plataforma todos os números já editados em 2004 e 2005, bem como os de 2006, prevendo para 2007 a sua total utilização como ferramenta avançada de gestão editorial da RAI. O desafio é grande. Além de customizar a plataforma, a RAI deverá ser mantida no seu modelo mais artesanal até que toda a migração da gestão editorial e o novo *site* sejam concluídos.

Neste número, a RAI apresenta oito trabalhos. Dois deles tratam da questão “global versus local”. Se há uma visão comum no mundo dos negócios é que a internacionalização do capital é um processo irreversível, enfrentando, paradoxalmente, o fortalecimento de estruturas produtivas locais, promovidas por ações públicas. O texto “Estrutura e internacionalização: O caso da Bematech S/A” de Gilnei Luiz de Moura, Edson Cezar Aguiar, apresenta uma rica análise de como uma estrutura organizacional de empresa de base tecnológica em automação comercial comportou-se frente ao processo de internacionalização. No caso analisado, apesar dos grandes desafios impostos, sua estrutura não sofreu grandes abalos, sendo ainda sua governança fortemente amarrada aos desafios da inovação em um mundo competitivo. Já o texto “O papel das incubadoras de empresas no desenvolvimento local: um estudo de caso”, liderado por Daielly Melina Nassif Mantovani, apresenta uma contribuição ao processo de incubação de empresas de base tecnológica, com estudo de caso para a

região de Ribeirão Preto, no Estado de São Paulo. O mérito do artigo é destacar a importância estratégica da boa infraestrutura de apoio local e, principalmente, da gestão integrada da incubadora.

Dois trabalhos têm o foco na formulação de estratégias competitivas. O artigo "Afinal, como se formam as estratégias? O processo de formulação estratégica em uma organização do terceiro setor", de autoria de Maurício Fernandes Pereira e co-autores, traz como interesse principal a formulação de estratégias em uma organização não governamental, tendo como estudo de caso o Serviço Social do Comércio em Santa Catarina – SESC/SC. A criação da estratégia nesta organização é feita com base nos referenciais propostos por Whittington (2002): os resultados pretendidos com as estratégias e os processos pelos quais ela acontece. A motivação econômica não é a única identificada. Outras merecem destaque: inovação organizacional e de mercado, atendimento ao público algo, satisfação aos "controladores", entre outras. Já o artigo "Inteligência empresarial e gestão do conhecimento como práticas de suporte para a decisão estratégica", de Alex A. Ferraresi e Silvio Aparecido dos Santos caracteriza-se como uma contribuição teórica sobre a interface entre inteligência empresarial e gestão do conhecimento, utilizando como suporte a proposta da abordagem conhecida como "The Long Tail" (a cauda longa). Os autores concluem que a inteligência empresarial ou competitiva se constitui numa prática gerencial ligada à gestão do conhecimento, fundamental para a identificação, captura e disseminação de informações inovadoras para a tomada de decisões estratégicas.

Uma área de investigação que merece destaque no Brasil é a do mercado de trabalho. Mais ainda quando a preocupação está voltada para o tópico do texto "As exigências do mercado de trabalho para o profissional em informática na cidade de São Paulo", de autoria de Luiz Carlos de Oliveira e Leonel Cezar Rodrigues, que traz a tona a necessidade de manter atualizada grade dos cursos de formação na área. A expertise técnica do mundo da inovação em tecnologia da informação coloca o desafio de permanentemente formar profissionais atualizados. De caráter normativo, este artigo compara diretrizes curriculares com as demandas de mercado por profissionais para projetar uma estrutura programática de oferta de cursos de formação neste setor.

A RAI apresenta duas contribuições sobre a aplicação de técnicas e métodos de investigação científica. A primeira, claramente identificada com as inovações que ocorrem no mundo dos mercados, particularmente quanto ao comportamento do consumidor. De fato, o texto "Uma aplicação do modelo de Cadeias Meios-Fim (MEC) por meio da técnica padrão de associação (APT) ao consumo de música", de autoria de Sérgio Ricardo Kaminski e co-autores, sugere que o modelo possibilita verificar as relações associativas entre os valores dos consumidores e os benefícios e atributos percebidos no serviço consumido, no caso a "new metal", estilo jovem e agressivo de comunicação. Ademais, a partir de um Modelo de Classes Latente, foi proposta uma tipologia baseada na hierarquia da importância dos valores pessoais. O segundo, denominado "Proposta de uma nova escala para medir competência em Marketing", de Áurea Helena Puga Ribeiro e co-autores, se propõe a investigar as relações entre

competência em marketing e performance. Assim, desenvolve uma nova escala para mensurar o construto de competência em marketing e sua relação com a performance de empresas no contexto brasileiro.

Por fim, a RAI expõe o texto elaborado por Tereza M. Mata e António A. Martins sobre empreendedorismo e transferência de tecnologia nas Universidades. O texto traz a perspectiva do desenvolvimento do potencial das universidades em fornecer respostas de conhecimento às demandas e necessidades que o mercado exige. O estudo de caso relatado é sobre as iniciativas da Universidade do Porto, em Portugal, frente ao processo de inovação. Esta experiência trata de engendrar uma cultura de inovação direcionada para a geração de valor tanto com a proteção e valorização da propriedade intelectual, como também o apoio à criação de novas empresas.

Editor: Milton de Abreu Campanario