
EDITORIAL

Iniciamos o décimo oitavo volume da *Revista de Gestão (REGE)* com sete artigos das áreas de: Administração Geral, Finanças, Gestão de Pessoas em Organizações e *Marketing*. Neste número há uma grande abrangência geográfica relativa à origem dos artigos, com sete diferentes Estados da Federação representados pelos trabalhos, dos quais um é publicado em inglês.

Três artigos deste número abordam um tema comum, fundamental para as organizações na atualidade: a responsabilidade social. Cada um deles o faz a partir do ponto de vista de uma diferente área da Administração.

O artigo *Determinantes de sucesso na implementação de programas de Marketing Relacionado a Causas*, de Maíse Soares Pereira e José Ednilson de Oliveira Cabral, estuda o tema sob a lente da área de *Marketing*. O trabalho discute a abordagem das campanhas de *marketing* relacionado a causas (MRC) e procura identificar o conjunto de fatores que influenciam no sucesso dessas campanhas a partir da análise de empresas mais atuantes em MRC no Brasil. As três empresas analisadas no estudo conseguiram desenvolver, de forma mais acentuada, quatro fatores de sucesso em suas campanhas: 1) utilização abrangente do *marketing mix*, com ampla comunicação e divulgação da campanha; 2) sinergia entre a causa e o negócio da empresa; 3) forte reputação e atuação social independente da campanha; e 4) desenvolvimento de programas de longo prazo.

Na sequência, o trabalho *Evidenciação das operações com créditos de carbono nos relatórios da administração e nas notas explicativas*, de Ilse Maria Beuren, Vanderlei dos Santos e Rita Buzzi Rausch, com foco na área de Finanças, objetivou identificar o nível de evidenciação nos relatórios da administração e nas notas explicativas das operações com créditos de carbono relacionados aos projetos, meios de financiamento e mercado, contabilização e tributação. Os resultados da pesquisa mostram que o nível de evidenciação dos projetos de créditos de carbono nos relatórios da administração e nas notas explicativas das empresas é baixo, não respeitando o princípio do *full disclosure*.

Finalizando a série de artigos deste número relacionados à responsabilidade social, agora analisada sob o foco da Gestão de Pessoas em Organizações, apresenta-se o artigo *As representações sociais de jovens participantes de projeto social de inserção no mercado de trabalho*, de Angela Beatriz Scheffer Garay. O estudo analisou, a partir de um caso em empresa multinacional de destaque em responsabilidade social com projeto voltado à inserção de jovens via trabalho, as representações sociais formadas pelos participantes sobre trabalho e sobre seu futuro profissional. A partir da compreensão do imaginário dos jovens pesquisados, os autores verificaram que, para estes, a condição fundamental para a entrada no mercado de trabalho é ter ou não “atitude”, condição que hoje já os diferencia de outros jovens de suas comunidades, favorece o acesso a possibilidades de consumo e amplia os círculos de convívio próximo.

Com o artigo *Assédio moral: uma análise dos acórdãos do Tribunal Regional do Trabalho do Espírito Santo*, também da área de Gestão de Pessoas em Organizações, Marilene Olivier, Simone da Costa Fernandes Behr e Patrícia Izabel R. C. da Silva Freire apresentam uma abordagem bastante interessante da atual temática do assédio moral no trabalho. As autoras realizaram análise de conteúdo em 51 acórdãos de processos relativos a assédio moral do Tribunal Regional do Trabalho da 17ª Região (Espírito Santo), identificando e quantificando aspectos como tempo de duração do processo, julgamento da procedência ou não do pleito, gênero do agressor e das vítimas e sentido do assédio (se vertical ascendente ou descendente, horizontal ou misto). As autoras concluem que ainda existe, nos tribunais, uma zona de indefinição entre o que caracteriza o assédio moral e ocorrências similares tais como o assédio ambiental ou o assédio institucional.

Sob a temática da Administração Geral, três estudos são apresentados. No primeiro deles, *Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso*, de Vilma Pimenta Cirilo Munhê, Norma Pimenta Cirilo Ducci, Rivanda Meira Teixeira, Noeli dos Santos e Larissa Zamarian Ducci, as autoras estudam a questão do empreendedorismo feminino e jovem a partir de uma história de vida de uma empreendedora do Estado do Paraná, que iniciou seu negócio de bijuterias aos 13 anos. Observou-se no estudo que a influência dos pais foi decisiva para a criação e desenvolvimento do negócio e que características de empreendedores presentes em outros estudos foram identificadas no caso, tais como a determinação, a criatividade, o desejo de independência, a aprendizagem contínua e a utilização de redes de relacionamento.

Outro artigo da área de Administração Geral e também ligado ao empreendedorismo intitula-se *“Tu me ensina a fazer renda”, eu te ensino a trabalhar: a organização do trabalho de uma cooperativa popular*, de Sandra Regina da Rocha Pinto, Rafael Caldas Ferreira da Silva e Helio Arthur Reis Irigaray. Este trabalho apresenta o caso de uma cooperativa de artesãs da favela da Rocinha no Rio de Janeiro, explorando as dimensões relevantes de sua organização e objetivando aprofundar a discussão sobre cooperativismo popular. O estudo de caso revelou alguns aspectos limitantes, tais como a ausência de espírito cooperativista, a não internalização do sentido de propriedade e o desconhecimento sobre o desempenho financeiro da cooperativa. Por outro lado, há a valorização das atividades de cunho social. O estudo também delineou as bases para um sistema de gestão ao desvelar os principais elos entre as categorias de atividade na cadeia de valor da cooperativa.

Encerra os artigos dessa área o trabalho *Company internationalization in industrial clusters: a study on medical-hospital-dental industry in Ribeirão Preto–SP*. De autoria de Gustavo Barbieri Lima e Dirceu Tornavoi de Carvalho, o estudo teve como objetivo investigar as interligações do processo de internacionalização que permite a micro e pequenas empresas cooperarem em *clusters* industriais ou arranjos produtivos locais, em contraponto à inserção individual das empresas nos mercados internacionais. Os resultados apontam que empresas da região se posicionam altamente favoráveis ao processo de internacionalização, e que o polo já pode ser caracterizado como exportador.

Desejamos a todos uma boa leitura e um ótimo 2011.

Os Editores