

EDITORIAL

Caros/as Leitores/as!

Com satisfação informamos a publicação do número 2, volume 9 da Revista Eletrônica do Mestrado Profissional da Administração (RaUNP). Seguindo os princípios de publicação das linhas editoriais, este número contempla cinco artigos.

O primeiro artigo de autoria de Juliana Fabris, Andreza Aparecida Saraiva Piekas, Eliane Salete Filippim e Carlos Alberto Barp teve por objetivo investigar como promover a aprendizagem para a sustentabilidade entre gestores, a partir da percepção de representantes da Associação Comercial e Industrial de Chapecó (ACIC), da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) e do Sindicato do Comércio da Região de Chapecó (SICOM).

O segundo artigo, no âmbito da linha editorial de gestão de pessoas, de autoria de Danielle Freitas Bezerra Fernandes teve por objetivo compreender de que maneira as Políticas Públicas de Educação do Estado de Pernambuco influenciam a Qualidade de Vida no Trabalho dos servidores da Gerência Regional de Educação Recife Norte. Os resultados demonstram que a Secretaria de Educação do Estado de Pernambuco não possui uma Política Pública de Qualidade de Vida no Trabalho, e foi proposta a implantação de um Programa de QVT, com o objetivo geral de buscar a excelência do Ensino Público através da valorização dos servidores, e após desenvolvimento desse Programa, o mesmo seja transformado em Política Pública.

Nosso terceiro artigo, na linha editorial de estratégia e competitividade, se propõe estudar o impacto do tempo de relacionamento bancário na chance de ser solicitada a renegociação em operações de crédito sem garantia real. Os autores, Gabriel José Barthman,

Bruno Funchal e Aziz Xavier Beiruth, destacam como resultados encontrados que o aumento do tempo de relacionamento reduz a chance de ser solicitada a renegociação dos termos do contrato.

Nosso quarto artigo de autoria de César Ricardo Maia Vasconcelos, Alípio Ramos Veiga Neto, Marcio Coutinho de Souza e José Alves Teixeira, na linha editorial de estratégia e competitividade. O principal objetivo deste estudo foi analisar a importância do uso do marketing digital para estratégias empresariais bem-sucedidas, bem como verificar "se" e "como" as empresas locais usam o marketing digital. Os resultados indicaram que os gerentes em Teófilo Otoni ainda não reconhecem a importância desta ferramenta para sua estratégia. As empresas pesquisadas direcionam seus esforços para os mercados regionais, mas esquecem que esses mesmos mercados são cada vez mais abertos, mesmo para a internacionalização empresarial. Mesmo os empresários que demonstram algumas preocupações com a concorrência investem pouco na área e evitam empregar profissionais especializados.

O quinto artigo desta edição, na linha editorial de estratégia e competitividade, tem como autores Mercia Cristiley Barreto, Kleber Cavalcanti Nóbrega e Lieda Amaral. Este artigo objetivou investigar a relação dos principais modelos teóricos da estratégia de serviços. A motivação para estudar esse tema levou a crer que as organizações orientadas para servir apresentam necessidades em conhecer o mercado de atuação, pesquisam ferramentas para gestão baseadas nos recursos, com objetivo de agregar valor para seus bens ou serviços prestados.

Boa leitura!