

Editorial

Caros (as) leitores (as),

Iniciamos o volume 12, número 1 da Revista Eletrônica do Mestrado Profissional da Administração (RAUNP) informando que estamos cada vez mais empenhados em melhorarmos a qualidade de nossa revista e esperamos que possamos passar por esse momento tão delicado que o mundo vive promovendo a ciência.

Assim, conforme os princípios de publicação das linhas editoriais, este número contempla cinco artigos. O primeiro artigo, de autoria de Etienne Cardoso Abdala, Arthur Antonio Silva Rosa e Luciana Oranges Cezarino, teve por objetivo analisar as práticas sustentáveis realizadas por uma empresa deste setor de Uberlândia-MG e de sua cadeia de suprimentos. Além de propor ações estratégicas utilizando a ferramenta de análise sistêmica Soft System Methodology (SSM) em busca do desenvolvimento sustentável. Por meio da pesquisa qualitativa foi possível considerar que uma possível agenda levaria à identificação de variáveis em comum para este ramo de atividade: o trabalho social, a melhoria da frota e do descarte de resíduos e, o investimento no motorista. Além disso os resultados também apontam a alta importância de uma organização fazer parte de uma cadeia de suprimentos sustentável e que a adoção de práticas sustentáveis pode levar a redução de custos e melhoria na imagem da empresa.

O segundo artigo, de autoria de Victor Gomes Furtado Cutrim e Antônio André Cunha Callado, foi norteado pela análise se o montante investido influencia a decisão dos gestores, bem como fatores citados na literatura como mitigadores da falácia dos sunkcosts, a reputação dos gestores e a restrição financeira. A amostra, por acessibilidade, foi composta por 35 empresas. Elaboramos um questionário com seis cenários de acordo com o objetivo da pesquisa, abordando apenas contextos empresariais. Para análise dos dados, utilizamos estatística descritiva e o teste de kruskalwallis – teste não paramétrico utilizado para comparar os cenários da pesquisa. Os resultados demonstraram que os micro e pequenos empresários não são influenciados pelo efeito Concorde, mas que, de forma oposta, reagem ao efeito pró-rata, ou seja, quanto maior o investimento, menor a probabilidade de continuar investindo.

Nosso terceiro artigo, os autores Mercia Cristiley Barreto, Kleber Cavalcanti Nóbrega e Patrícia Silva Rebouças Araújo se propõem a avançar num maior entendimento acerca do tema competências essenciais, analisando a sua importância para construção da vantagem competitiva como estratégia eficaz para o sucesso organizacional, focalizando os desafios enfrentados pelas Micro e Pequenas Empresas (MPE's) nesse processo. Para isso, realizou-se uma pesquisa bibliográfica, com o objetivo de contextualizar a temática e formar o referencial teórico que embasa a pesquisa. Os dados foram coletados através do método da observação e aplicação de uma entrevista semiestruturada realizada em uma microempresa. Como resultado desta amostra, verificou-se uma compreensão limitada, por parte do microempresário, acerca de competência essencial. Este percebe apenas as habilidades presentes nas atividades e processos de trabalho da empresa. E consequentemente, não desenvolve um processo de identificação de suas competências essenciais para alcançar uma vantagem competitiva.

O quarto artigo desta edição tem como autora Veriane Fonseca Almeida, que teve por objetivo fazer uma revisão bibliográfica sobre a temática contabilidade ambiental. Para isso, buscou-se conceitos e aplicações, com os quais foi possível identificar quais vantagens ela pode trazer para a empresa. Como metodologia, realizou-se a revisão de artigos para conceituar melhor o tema. Conforme os resultados obtidos, percebeu-se que a educação ambiental e as grandes mudanças na legislação, além da competitividade, fizeram com que muitas empresas começassem a se preocupar com o meio ambiente, tornando-se ecologicamente corretas e,

desse modo, ficando assim mais “simpáticas” aos olhos do público consumidor. Assim, em 1970, surgiu a contabilidade ambiental, com o objetivo de auxiliar as empresas a não focarem somente o preço e a qualidade do produto ou serviço, mas também diminuam os custos, o que possibilitou ainda mais a preservação do meio ambiente.

O quinto artigo desta edição tem como autores Felipe Ricardo Alencar Cattaneo, Nyckell Loureto de Freitas, Alípio Ramos Veiga Neto e Lida Amaral de Souza. A pesquisa exploratória objetivou identificar quais as variáveis que determinam a escolha dos clientes de lanchonetes e restaurantes universitários, foram retirados da literatura 28 variáveis que originou o questionário aplicado em 313 sujeitos. Como tratamento estatístico dos dados foi utilizada a análise fatorial, no intuito de agrupar as variáveis e descobrir os principais fatores que determinam a escolha dos consumidores. Identificou-se que os fatores alimentos e serviços, infraestrutura e preço são os fatores preponderantes que influenciam o cliente em sua decisão de compra. Os poucos trabalhos encontrados desenvolvidos sobre o tema foi uma limitação encontrada nesta pesquisa. Recomendou-se que sejam realizadas pesquisa confirmatória utilizando os fatores encontrados neste artigo, assim como pesquisa para avaliação da qualidade dos serviços prestados em cantinas e restaurantes universitários.

Boa leitura!!