

EDITORIAL

Prezados autores e leitores da Revista Economia & Gestão,

A 1ª edição de 2020 começa com o artigo **O tempo é o mesmo para todos? Um estudo sobre percepções temporais com jovens trabalhadores de São Paulo (SP) e Curitiba (CR)** cujos autores são Jane Kelly Dantas Barbosa (FACE-UFMG), Samara de Menezes Lara (UFV-Florestal) e Kely César Martins de Paiva (FACE-UFMG). O objetivo deste trabalho consiste em analisar e comparar como se configuram as percepções temporais de jovens trabalhadores assistidos pelo ESPRO das cidades de São Paulo (SP) e Curitiba (PR). A coleta de dados foi feita por meio de questionários e eles foram tratados a partir de análise estatística descritiva uni e bivariada. Percebeu-se certa consonância entre os achados de São Paulo (SP) e de Curitiba (PR) no que diz respeito à velocidade, pontualidade e arrastamento. Por outro lado, há discrepâncias consideráveis quanto à policronicidade e à profundidade temporal dos jovens, mostrando que o tempo é percebido e vivenciado de modo diferente pelos grupos abordados.

O título do 2º. artigo é **“AS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS E SUA RELAÇÃO COM AS FINTECHS NO BRASIL”**, tendo como autores Lucas Leão Silva (Banco do Brasil/PUCMinas), Erika Farias Lisboa (Uniceub-Brasília), Luciene Braz Ferreira (PUCMinas), Ângela França Versiani (PPGA-PUCMinas), Paulo Renato Sousa (FDC – Fundação Dom Cabral) e Marcelo Lisboa Cordeiro (Uniceub-Brasília). O estudo realizado tem como objetivo identificar como as Fintechs se caracterizam como oportunidades e ameaças para as grandes instituições financeiras no Brasil. A fim de compreender e analisar os aspectos relacionados às *Fintechs*, a pesquisa aborda tópicos alinhados ao tema, como o contexto atual da economia, o Sistema Financeiro Nacional e o cenário de startups no Brasil. Este estudo possui caráter descritivo e qualitativo, no qual os dados foram coletados a partir da realização de entrevistas com os responsáveis por instituições financeiras. A pesquisa permitiu identificar que há a aceitação por parte das grandes instituições para aplicação desse modelo de *Fintechs*. Observou-se também que há uma necessidade de regulamentação do setor para que o mesmo possa crescer com mais liberdade e assim podendo acrescentar ao país essa riqueza tecnológica, porém, analisa a necessidade de ser menos burocrático como as instituições financeiras atuantes no mercado. O estudo apresentou como limitações a apresentação de poucos casos, em que não foi possível entrevistar mais gerentes em outras empresas que estão envolvidas de alguma forma com as inovações da organização.

O 3º. trabalho é **O Lado Sombrio da Força: A Má Liderança e suas Consequências para os Indivíduos e as Organizações**. Os autores são Daniel Martins Abelha (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro –UFRRJ / FEA-USP), Flavia Souza Costa Neves Cavazotte (IAG-PUC-Rio), Jeane Rodrigues Lucena Niemeyer (PUC-Rio) e Otacílio Torres Villas Boas (Universidade Federal da Bahia -UFBA). Esta pesquisa investigou a má liderança no ambiente corporativo brasileiro, a partir das experiências vivenciadas por 35 profissionais de diferentes setores e áreas de atuação. Com base nesses relatos e na aplicação da análise de conteúdo, foram derivados seis tipos de maus líderes: incompetente, omissivo, inconsistente, rígido, abusivo e desleal. O estudo analisou as principais consequências da má liderança para os liderados, as equipes e as organizações, bem como as estratégias de reação mais frequentemente adotadas.

O título do 4º. artigo é **“Vida, estudo e trabalho: discutindo as trajetórias dos jovens brasileiros a partir da teoria de inserção profissional francesa”** e tem como autores Jhony

Pereira Moraes (UFRGS), Sidinei Rocha-De-Oliveira (UFRGS) e Arthur Gehrke Martins Andrade (UFRGS). Este estudo objetiva realizar uma aproximação entre a teoria de inserção profissional francesa e a juventude brasileira. Os pontos centrais de análise são a vida, o estudo e o trabalho, uma vez que a inserção profissional francesa considera os aspectos individuais, institucionais e sócio-históricos de um grupo social, sendo extensiva a diferentes contextos sociais. O estreitamento dessa teoria com a juventude brasileira é evidenciado pelo cenário formado por jovens franceses com elevada qualificação e grandes dificuldades de inserção no mercado - com atenção aos casos de desemprego e disposição de relações de trabalho precarizadas - algo semelhante ao que vem acontecendo com os jovens brasileiros nos últimos anos, apesar da expansão do ensino superior (considerando a influência de políticas públicas de acesso e programas de financiamento da educação superior).

O 5º. artigo foi indicado para *fast track* no congresso XI EGEPE 2020 e tem como título **MICROCRÉDITO E TRABALHO NAS RUAS: desafios no contexto brasileiro** e seus autores são Patrícia Daniela Souza Anjos (PUCMinas), Marinette Santana Fraga (Universidade Federal de Juiz de Fora - campus Governador Valadares), Armindo Dos Santos de Sousa (PPGA/PUCMinas). Este artigo objetiva diagnosticar o perfil dos usuários de microcréditos nas principais instituições financeiras do Brasil para verificar se trabalhadores de rua como camelôs e vendedores ambulantes são alcançados por esse programa de inclusão financeira. Utilizou-se uma revisão bibliográfica sobre o trabalho informal e o microcrédito, com recorte em suas características condicionais e a focalização do público-alvo. Em sequência, procedeu-se à pesquisa secundária nos sites institucionais dos principais bancos públicos que disponibilizam serviços de microfinanças ou microcréditos. Os resultados mostraram a existência de poucas instituições de caráter público que oferecem microcréditos para trabalhadores de rua como ambulantes e camelôs informais ou formais. Além disso, há a hipótese de que grande parte desses trabalhadores desconhece o microcrédito.

O título do 6º. artigo é “**Latin American, African and Asian immigrants working in Brazilian organizations: facing the language barrier**” e tem como autores Antonio Carvalho Neto (PPGA-PUCMinas), Fernanda Versiani (Unihorizontes-MG), Kelly Pellizari (UFMT - Universidade Federal do Mato Grosso), Carolina Mota-Santos (PPGA-PUCMinas) e Gustavo Abreu (PUCMinas / University of Michigan – EUA). Desde 2010, cerca de meio milhão de imigrantes entraram no Brasil. Este artigo escrito em inglês aborda a experiência deles no mercado de trabalho brasileiro diante do desafio da barreira da língua portuguesa, língua aqui entendida como linguagem falada, escrita e corporal. A abordagem Sul-Sul aqui proposta difere muito da literatura sobre imigração, a maioria Sul-Norte. Em 6 visitas a campo, o grupo de pesquisa observou a chegada ao Brasil, o processo de contratação e a experiência de 34 imigrantes do Haiti, Bolívia, Venezuela, Angola, Nigéria, Togo, Iraque e Iêmen trabalhando em dez empresas brasileiras. Além da técnica de observação, foram entrevistados estes imigrantes, trabalhadores sociais, empregadores e colegas de trabalho brasileiros. Os empregadores enfatizaram o entusiasmo dos imigrantes, a vontade de aprender e a dedicação ao trabalho. Os imigrantes, que gostaram da recepção no Brasil, e os empregadores usaram o Google Translator, o mimetismo e até desenhos para se comunicar. Estas mesmas formas criativas foram usadas para ensinar atividades de trabalho aos imigrantes, além de colocar o imigrante ao lado de outro trabalhador brasileiro para que o imigrante aprendesse olhando. Queixas sobre falta de paciência dos brasileiros e falta de dedicação dos imigrantes para aprender português foram registradas.

O 7º. artigo é “**Business Model Change of Printed Newspapers in The Internet Age: The New York Times Case**”, de autoria de Humberto Elias Garcia Lopes (PPGA-PUCMinas),

Bruno Henrique Watté (PUCMinas), Marlusa de Sevilha Gosling (UFMG). Este artigo também escrito em inglês analisa a situação vivida pelo New York Times, cujos gerentes tiveram que fazer escolhas sobre a nova configuração do modelo de negócios da empresa, ajustando-a tanto ao ambiente quanto às expectativas dos leitores e controladores. Coletamos os dados dos relatórios do New York Times publicados entre 2003 e 2012. Posteriormente, analisamos esses dados através do quadro de atividades integradas e da teoria dos aspectos modais. Os resultados indicam que os gerentes mudaram o modelo de negócios da empresa por meio de escolhas que visavam atender às demandas de curto e médio prazo dos controladores. Portanto, o novo modelo tinha limitações que precisariam de mudanças adicionais em breve.

O título do 8º. artigo é **“Os principais atores do ecossistema de inovação da Petrobras”** e tem como autores Juliane Dias Coelho de Araújo Silveira (PPGA-Universidade Federal Fluminense UFF - Campus Volta Redonda – RJ), Maria Clara Martins de Souza (PPGA-Universidade Federal Fluminense UFF - Campus Volta Redonda – RJ), Murilo Alvarenga Oliveira (PPGA-Universidade Federal Fluminense UFF - Campus Volta Redonda – RJ). A pesquisa teve como objetivo identificar os principais atores do ecossistema de inovação da Petróleo Brasileiro S.A. (Petrobras), aqueles que colaboram para as atividades de Pesquisa & Desenvolvimento da empresa. Para isso, foram analisados os relatórios de tecnologia da Petrobras por meio de uma adaptação da análise de conteúdo. Por meio dos relatórios, pode-se identificar que Petrobras lidera o seu ecossistema e que a maior parte dos projetos de desenvolvimento tecnológico advém do relacionamento com a comunidade acadêmica. Foi identificado que os principais atores do ecossistema de inovação da Petrobras são: Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e Baker Hughes.

O 9º. artigo possui o título **Cooperação Universidade-Empresa Em Projetos De Pesquisa Com Foco Em Inovação Sob A Ótica Dos Pesquisadores: Experiências Da Universidade Do Estado De Santa Catarina – Udesc**, tendo os seguintes autores: Micheline Gaia Hoffmann (UDESC – ESAG), Dannyela da Cunha Lemos (UDESC – ESAG), Amanda Domingos (UDESC – ESAG), Denilson Sell, Luciano Busato (UDESC – ESAG). O objetivo do artigo é estudar elementos da cooperação técnico-científica entre universidades e empresas sob a ótica de pesquisadores da Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC. O estudo dos vínculos entre universidades e empresas e seus esforços de colaboração contribuem para a ampliação da compreensão do fenômeno da inovação, na ótica do desenvolvimento econômico. As categorias de análise foram: objetivo da pesquisa para a empresa; objetivo da pesquisa para o pesquisador; fatores facilitadores e dificultadores do desenvolvimento da pesquisa; fatores decisivos na escolha do parceiro. Entre os resultados, viu-se que os principais objetivos perseguidos pelas empresas com projetos de pesquisa em colaboração com universidades estão associados à melhoria do processo e desenvolvimento de novos produtos. Para os pesquisadores, os principais objetivos são: melhorar a estrutura do laboratório envolvido com a pesquisa; divulgar a instituição; buscar o seu próprio desenvolvimento como pesquisador; e incentivos financeiros. Os resultados da pesquisa encontram forte aderência à literatura internacional.

O décimo artigo é **A Inovação Na Agroindústria De Carnes: Um Estudo De Caso Em Um Frigorífico De Aves Localizado Em Ipuaçú – SC** dos autores Daiane Deon (Universidade Comunitária da Região de Chapecó – UNOCHAPECÓ-SC), Cleunice Zanella (UNOCHAPECÓ-SC), Cleberton Franceski (UNOCHAPECÓ-SC), Maiara Castagna (UNOCHAPECÓ-SC). Este estudo teve como objetivo principal analisar a percepção do gestor de uma pequena agroindústria de aves a respeito do seu processo inovativo e das

inovações geradas, bem como identificar a sua concepção do termo inovação, seus benefícios e principais dificuldades para a gestão e implementação de inovações na empresa. Trata-se de um estudo de caso com abordagem qualitativa. Para a coleta de dados, foi realizada entrevista com o gestor responsável pela agroindústria. Pode-se observar que a agroindústria objeto deste estudo, desenvolve inovações incrementais que são, em grande parte, baseadas em fornecedores, tanto de insumos, como máquinas e equipamentos, e também através da introdução e/ou aprimoramento de processos na produção de bens ou serviços. Através das inovações implementadas, a empresa obteve retornos positivos em produtividade, qualidade e abertura de novos mercados. Apesar de não haver um setor específico para atuar com inovações, percebe-se que há uma atenção especial da empresa para esse quesito.

A edição se encerra com o Caso de Ensino “Desfilando nos pés das celebridades internacionais – A internacionalização da marca Schutz e as inovações no modelo de negócios do grupo Arezzo & Co”. As autoras são Moema Pereira Nunes (ICHS - Universidade Feevale- Novo Hamburgo-RS) e Eduarda Bacarin Pereira Köche (Universidade Feevale - Novo Hamburgo - RS). Este caso de ensino descreve a trajetória de internacionalização da Schutz, uma marca de calçados femininos do Grupo Arezzo & Co. Este processo é peculiar dentro do contexto da internacionalização de calçados brasileiros por dois aspectos. O primeiro é o desenvolvimento e posicionamento da marca dentro do próprio contexto da corporação. O segundo envolve a adoção do modo de entrada com o estabelecimento de lojas próprias nos Estados Unidos da América, representando assim uma operação wholesale. O caso se propõe a atender os seguintes objetivos de estudo: (a) proporcionar a compreensão de processo de internacionalização da marca Schutz; (b) compreender o modo de entrada utilizado pela empresa e, (c) revelar como o processo de internacionalização afeta o modelo de negócio do grupo Arezzo & Co. Este caso de ensino foi desenvolvido tendo em vista a sua aplicação em disciplinas de negócios internacionais e inovação, em cursos de graduação e pós-graduação, tais como Internacionalização de Empresas, Marketing Internacional e Gestão da Inovação.

Desejamos boa leitura a todos.

Atenciosamente,

Prof. Dr. Rodrigo Baroni de Carvalho
Editor-Chefe

Profa. Dra. Carolina Maria Mota Santos
Editora Associada de Recursos Humanos (GPR), Estudos Organizacionais (EOR), Ensino e Pesquisa em Administração (EPQ) e Administração Pública (APB)

Prof. Dr. Humberto Elias Garcia Lopes
Editor Associado da área de Estratégia (ESO)

Prof. Dr. Ramon Silva Leite
Editor Associado da área de Marketing (MKT)