

Editorial

Editorial

*Rodrigo Fernandes Malaquias*¹

* * *

1 Introdução

Temos a grande satisfação de apresentar o primeiro número do segundo volume do periódico Management in Perspective – MiP, uma publicação semestral da Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Federal de Uberlândia. A MiP é uma revista que possui acesso aberto e, além disso, não cobra taxas de submissão nem de publicação. Na mesma linha, a Equipe Editorial, os Editores Científicos e os Revisores atuam junto à MiP no formato voluntário, assim como na grande maioria de revistas brasileiras.

É oportuno mencionar o contexto desafiador no qual esse volume foi construído, marcado pela Pandemia do COVID-19, que pode ser considerada como um choque global na sociedade (Papadopoulos, Baltas & Balta, 2020), talvez uma situação única entre gerações (Venkatesh, 2020). Esse período gerou desdobramentos que ainda marcam os dias atuais, sendo inclusive considerado por um dos estudos publicado neste número.

2 Composição desta Edição

Neste número, contamos com cinco artigos que abordam diferentes temáticas e que foram submetidos por autores de diferentes instituições brasileiras. Todos os artigos publicados neste número foram inicialmente analisados junto a um programa antiplágio; em seguida, os artigos foram encaminhados a pesquisadores especializados em suas respectivas áreas,

¹ Editor Chefe. Faculdade de Gestão e Negócios, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7126-1051>. E-mail: rodrigofmalaquias@ufu.br

seguindo o processo de *blind review*, acompanhado pelo Editor Científico e pelo Editor Chefe.

O primeiro artigo deste número foi desenvolvido pelas autoras Mirna de Lima Medeiros e Rúbia Gisele Tramontin Mascarenhas, intitulado “Comportamento do Consumidor Durante a Pandemia de COVID-19: Estudo das Práticas de Consumo Alimentar em Ponta Grossa (PR)”. A análise foi desenvolvida com base em questionários, sendo o banco de dados composto por 131 respostas válidas. Foram considerados itens como a localidade onde os alimentos são comprados, serviços de entrega, preparo no lar, medidas sanitárias implementadas pelos estabelecimentos, dentre outras. Os principais resultados podem auxiliar no entendimento sobre o comportamento do consumidor no contexto da Pandemia.

Em relação ao segundo artigo, “Desempenho dos fundos de Ações Índice Ativos utilizando o CAPM de 1997 a 2019”, a pesquisa foi realizada pelos autores Robert Aldo Iquiapaza, Rodrigo Lage d’Azevedo Carneiro, Hudson Fernandes Amaral, e Bruno Pérez Ferreira. O objetivo principal do estudo foi avaliar o desempenho de fundos de ações índice ativos no mercado brasileiro com base no *Capital Asset Pricing Model*. Para tanto, os autores consideraram um período amplo, de Janeiro/1997 a Dezembro/2019, sendo a amostra composta por 588 fundos. Os principais resultados indicaram que boa parte dos fundos analisados apresentaram desempenho positivo no período.

No terceiro artigo, “Implantação do Business Intelligence (BI) em um Grupo de Concessionárias do Interior de Minas Gerais”, Zandra Cristina Lima Silva Queiroz e Giselle Alves Mundim Costa tiveram por objetivo apresentar a implantação do sistema *Business Intelligence* (BI) em uma concessionária de veículos no interior de Minas Gerais. Em termos de metodologia, as autoras empregaram ferramentas de análise qualitativa e quantitativa. Considerando o diagnóstico do nível de alinhamento entre a TI e o negócio, o estudo permitiu evidenciar um caso de implementação de BI em empresas do setor de concessionárias.

O quarto artigo foi desenvolvido pela autora Thayse Machado Guimarães e foi originalmente submetido em Inglês, sendo seu título: “Brazilian Monetary Policy’s Influence on Investment Funds’ Allocation in Corporate Bonds”. Neste estudo, a autora analisou a relação entre a política monetária e a alocação dos fundos de investimento em títulos corporativos. A amostra contou com 352 fundos de ações e 1.085 fundos multimercados, e, dentre os resultados, tem-se que a taxa de juros mostrou relação com a alocação em títulos de dívida corporativa.

No quinto artigo deste número, “Contribuições de Red Flags para Detecção de Fraudes Corporativas”, Monize Ramos do Nascimento e Ilírio José Rech realizaram uma pesquisa que considera a utilização de sinais de avisos antecipados, conhecidos como red flags, obtidos junto a relatórios financeiros, para detecção de fraudes corporativas. Os autores observaram que alguns dos indicadores considerados, como firma de auditoria e endividamento, podem contribuir para identificar risco de fraude corporativa.

3 Agradecimentos

Gostaríamos de expressar nossos agradecimentos aos membros do Conselho Editorial da MiP, aos Editores Científicos, aos Revisores que analisaram artigos durante o período, aos docentes que auxiliaram na divulgação e, principalmente, aos autores que submeteram os resultados de seus estudos para consideração junto à revista. Agradecemos também pelo apoio oferecido pela Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Federal de Uberlândia. Boa leitura!

Referências

- Papadopoulos, T., Baltas, K. N., & Balta, M. E. (2020). The use of digital technologies by small and medium enterprises during COVID-19: Implications for theory and practice. *International Journal of Information Management*, 55,102192. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102192>
- Venkatesh, V. (2020). Impacts of COVID-19: A research agenda to support people in their fight. *International Journal of Information Management*, 55,102197. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102197>