

Editorial

Denilson Aparecida Leite Freire ¹

* * *

É com satisfação que apresentamos o segundo número de 2025 da revista Management in Perspective – MiP. Nesse segundo semestre obtivemos 6 artigos aprovados para publicação contemplando quatro dimensões: Dimensão de Marcas, Mercado e Consumo, Divisão Financeira, Governança e Agentes, Dimensão Humana e Relações do Trabalho e a última a Dimensão Organizações, Estratégia e Sociedade. Chama a atenção para o número de artigos na dimensão de Marcas, Mercado e Consumo, onde 3 pesquisas foram submetidas, revelando a força dessa área na percepção dos autores que submetem seus trabalhos à nossa revista. Nos próximos parágrafos vamos detalhar cada artigo, revelando seu objetivo e resultados principais para que se torne, para você leitor, um guia de leitura.

Dimensão Marcas, Mercado e Consumo

Nessa temática obtivemos 3 publicações abrangendo uma variedade de temas dentro do Marketing. O primeiro artigo, publicado em inglês, intitulado: “Mecanismos de garantia presentes na comercialização de cafés especiais: a eficiência da transação pelo olhar do segmento de distribuição varejista”, da autoria de Mariela Meira Caunetto, José Paulo de Souza e Sandra Mara de Alencar Schiavi, teve como objetivo compreender como os mecanismos de garantia utilizados no segmento de distribuição garantem os direitos de propriedade e contribuem para a eficiência nas transações envolvendo cafés especiais. O problema decorreu da falta de informação e da alta variabilidade associada aos cafés especiais, fatores que podem dificultar a sua comercialização no mercado interno. Para obter os resultados, foram realizadas entrevistas em cafeterias locais, considerando o varejista como comprador e vendedor dentro do segmento de distribuição. Como principal conclusão, observou-se que a eficiência dos mecanismos de garantia nesse tipo

¹ Editor chefe. Faculdade de Gestão e Negócios, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6704-1339>. E-mail: denilson@ufu.br

de comercialização varia significativamente dependendo do tipo de transação, seja ela envolvendo fornecedores, cafeterias ou consumidores

O segundo artigo, “Moda Agênero no E-commerce: A Perspectiva das Marcas de Moda” da autoria de Fernanda Azevedo Fernandes e Debora Boguea da Costa Tayt-son, teve como objetivo compreender como as marcas de moda visionam o consumo da moda agênero no e-commerce e a aceitação do consumidor a este discurso. Para tanto, foi necessário explorar a literatura de sociedade de consumo e a evolução do mercado de moda, bem como aprofundar a compreensão entre moda, gênero e sociedade e contextualizar o mercado eletrônico de moda. Em termos metodológicos, realizou-se uma pesquisa baseada em onze entrevistas com especialistas de e-commerce em busca de compreender a concepção das marcas sobre o agênero no mercado atual e futuro. Com os resultados, observou-se que os entrevistados visionaram o aumento da busca pelo consumo da moda agênero e a importância da adaptação do e-commerce para o discurso agênero.

O terceiro artigo, intitulado: “Um Estudo do Desempenho dos Canais de Venda Online de uma Microempresa Atacadista de Capas para Celular”, dos autores: André Marcos Accoroni Theodoro e Ildeberto Aparecido Rodello, traz informações que ajudam a entender a estrutura do comércio eletrônico, como analisar o desempenho de uma microempresa e quais estratégias podem ser adotadas para maximizar seus lucros. Os autores esperam que com essas informações, pequenos negócios possam compreender melhor como atuar no e-commerce, quais são suas possibilidades e como analisar o desempenho em vendas online.

Dimensão Financeira, Governança e Agentes

Nessa dimensão tivemos o artigo intitulado: “Fatores Macroeconômicos e a Taxa de Falência Agregada das FinTechs” da autoria de Adriana Bortoluzzo e Patrícia Diz. O artigo analisou a relação entre fatores macroeconômicos e a taxa agregada de falência de FinTechs. A pesquisa empregou um modelo de regressão com dados em painel dinâmico. As perspectivas teóricas abordaram a influência de fatores macroeconômicos no fracasso empresarial, com base em trabalhos que investigaram a relação entre variáveis como PIB, taxas de juros, inflação e mercado de ações na falência de empresas. Os resultados centrais revelaram que as atividades do mercado de ações, a taxa de desemprego, a taxa de abertura de novas FinTechs, o índice de percepção da

corrupção e a qualidade das regulamentações são determinantes da falência agregada

Dimensão Humana e Relações de Trabalho

Nessa dimensão houve a discussão sobre os fatores que geram a motivação dos funcionários que prestam serviços terceirizados no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – IFRS - Campus Restinga, em Porto Alegre/RS. O artigo é intitulado como: “Trabalhadores terceirizados e motivação” e é da autoria de Michele Martins Quintana e Nilson Varella Rübenich. No estudo verificou-se que os mesmos possuem necessidade de melhorias em alguns aspectos referentes ao ambiente físico de trabalho e de alguns benefícios trabalhistas. Observou-se também que a equipe tem a necessidade de ser mais reconhecida e próxima da chefia terceirizada. Os resultados obtidos e apresentados com este estudo poderão contribuir e auxiliar as empresas envolvidas no processo da terceirização a se atentarem às necessidades dos funcionários terceirizados e consequentemente possam tomar providências cabíveis a fim de atender às necessidades dos mesmos.

Dimensão de Organizações, Estratégia e Sociedade

Finalmente, o último artigo dessa edição, publicado em inglês, intitulado: “Reforming to Fail? A Managerial and Organizational Critique of Brazil’s PEC 32/2020”, da autoria de Rômulo Carvalho Cristaldo, Adriana de Almeida Cristaldo e Paulo Everton Mota Simões, faz uma análise crítica da Proposta de Emenda à Constituição (PEC) n. 32 de setembro de 2020 à luz da administração e dos estudos organizacionais. Percebe-se que as propostas se firmam sobre preceitos e técnicas de gestão desatualizados, premissas equivocadas sobre o funcionamento da integração de pessoas e estrutura organizacional, bem como preconceitos sobre a administração pública que não correspondem à realidade.

Abraços,

Prof. Dr. Denilson A. L. Freire

Editor-Chefe da Revista MiP