

Editorial do Vol. 10. No. 3

A pesquisa “Tecnologia da realidade aumentada na propaganda: avaliação da eficácia com base em entendimento, risco e resposta afetiva” dos autores Ricardo Menzes Carvalho Pereira, José Mauricio Galli Geleilate, Aurio Lucio Leocadio e Danielle Miranda de Oliveira Arruda Gomes questiona como os consumidores avaliam a eficácia da propaganda em ambientes de Realidade Aumentada, tendo como base a resposta afetiva e risco de compra. Utilizaram-se como base teórica os conhecimentos a respeito dos usos da Realidade Aumentada, além do resgate de pesquisas que envolvessem os quatro pilares teóricos do estudo: risco percebido, entendimento, resposta afetiva e eficácia da propaganda. Foi realizada uma pesquisa de caráter exploratório, predominantemente quantitativa, com aplicação de questionários com 261 respondentes, abordados de forma não probabilística. Os resultados demonstraram que com o uso da tecnologia da Realidade Aumentada o entendimento da propaganda apresenta uma relação positiva e significativa estatisticamente com eficácia da propaganda.

O texto “Relações nas redes sociais: geração de conteúdo, criação de networking e projeção das relações virtuais nas comunidades do ORKUT” dos autores Daielly Melina Nassif Mantovani e Durval Lucas dos Santos Junior tem como objetivo identificar fatores relevantes nas interações das comunidades do ORKUT e verificar a relação entre eles. Realizou-se um *survey* em seis comunidades do ORKUT e, com base na análise fatorial, foram obtidas sete dimensões que tratam da pró-atividade do usuário, percepção sobre a geração de conteúdo na comunidade, percepção de relevância do conteúdo para o cotidiano e para a vida profissional, projeção das relações virtuais para o presencial, avaliação do site e criação de networking. A modelagem de equações estruturais PLS mostrou relação significativa entre os fatores, destacando-se que o maior envolvimento do usuário acarreta em melhor percepção sobre a geração de conteúdo nas discussões, melhor percepção sobre a relevância desse conteúdo gerado, maior percepção de que é possível criar networking na comunidade, maior projeção das relações para o *off-line* e melhor avaliação das funcionalidades da rede social.

O artigo dos autores Giana de Vargas Mores, Eduardo Botti Abbade e Verner Luis Antoni sob o título “Orientações estratégicas e desempenho: evidências do setor varejista de ópticas” tem como objetivo avaliar as orientações para o mercado e aprendizagem e a inovação impactando no

This is an Open Access article under the CC BY license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

desempenho das ópticas de Passo Fundo/RS. Este estudo é caracterizado como um *survey* com adesão de 24 ópticas, em que os dados foram analisados por meio de análises descritivas e multivariadas. Na análise multivariada e modelagem de equações estruturais, o método de estimação utilizado foi o *Partial Least Squares* (PLS). Os resultados sugerem que a orientação para mercado e a inovação impactam de forma positiva no desempenho.

O estudo “As características competitivas que impactam a adoção de inovação: um estudo sobre sistemas de pagamentos móveis” dos autores Renato Cesar Ottoni Barbosa e Moises Ari Zilber discute as características competitivas que impactam a adoção dos pagamentos móveis pelos clientes, segundo a percepção de executivos que atuam neste setor, objetivando responder à seguinte questão: qual a visão atual dos executivos relacionados ao mercado brasileiro de pagamentos móveis sobre os elementos de adoção da inovação pelo consumidor? O trabalho também objetivou contextualizar e descrever quais são os participantes deste esquema. O trabalho, de caráter exploratório, foi desenvolvido por meio de entrevistas estruturadas, com dez executivos representantes dos participantes do mercado de pagamentos móveis. Os dados obtidos foram apresentados pela técnica da matriz importância-desempenho e os resultados indicaram que conveniência, compatibilidade com os hábitos atuais do usuário e a facilidade de uso são as características competitivas das soluções de pagamentos móveis que devem merecer maior atenção dos desenvolvedores de soluções, para aumentar o nível de adoção pelo consumidor.

O artigo “Análise do instrumento de cooperação interinstitucional - Programa de Pesquisadores visitantes em Instituições de Ensino, pesquisa e/ou extensão” dos autores Fabricio Baron Mussi e Andrea Paula Segatto analisou a cooperação interinstitucional por meio da atuação de pesquisadores visitantes em programas de pós-graduação *stricto sensu* e em institutos de pesquisa. Tendo em vista a necessidade de selecionar casos em que o tipo de interação, que constituiu objeto de estudo, estivesse ocorrendo, tomou-se como base o Edital de Apoio Financeiro ao Pesquisador Visitante lançado pela Fundação Araucária de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Paraná. As atividades dos pesquisadores visitantes envolviam tanto pesquisa e desenvolvimento, como docência e redação de relatórios e artigos. Quanto às contribuições observadas, pode-se destacar a expansão da rede de contatos dos professores; as novas perspectivas de ensino com que os alunos tiveram contato; e o estabelecimento de convênios formais de cooperação; entre outros. Por fim, um modelo de cooperação interinstitucional é proposto contemplando as etapas do processo pesquisado.

O texto “As empresas olham além de seus muros para inovar?” dos autores Carlos Eduardo Torres-Freire e Frederico Henriques trata da influência de atores como universidades, centros de pesquisa, consultorias, fornecedores, clientes e concorrentes em processos de inovação de firmas

industriais. Tais atores externos às firmas conformam redes que criam conexões para processos de aprendizado e transferência de conhecimento. A hipótese é que o desempenho inovador de empresas industriais brasileiras tem relação direta com o grau de interação destas com agentes como universidades, centros de pesquisa, fornecedores, clientes e consultorias. A análise de entrevistas com 106 empresários – realizadas na Pesquisa de Atitudes Empresariais para Desenvolvimento e Inovação (PAEDI – Cebrap/Ipea) – indica uma relação entre atitude inovadora mais forte e grau de interação: empresas com alto grau de interação com atores externos tendem a ser aquelas mais inovadoras.

O trabalho “A influência do *disclosure* ambiental voluntário no custo da dívida” da autora Sheila Mendes Fernandes pretendeu verificar a relação entre o *disclosure* ambiental voluntário e o custo da dívida, no período de 2006 a 2010. Para mensurar o nível de *disclosure* ambiental utilizou-se a análise de conteúdo nas notas explicativas, no relatório da administração e no relatório de informações ambientais. Para verificar a relação entre essas variáveis utilizou-se a análise em painel com efeito fixo, ajustado pelo *robust*. Os achados deste estudo demonstraram que o *disclosure* ambiental não afeta o custo da dívida, contrariando a literatura internacional.

Os autores Roberto Sbragia e Manuella Oliveira Lima em sua pesquisa “Orientação para mercado e interface funcional: evidências em projetos de desenvolvimento de novos produtos” examina a relação entre orientação para o mercado e interface funcional no contexto do desenvolvimento de novos produtos. Para tanto, foi realizada uma revisão bibliográfica, a partir da qual foram extraídas as principais premissas e vertentes teóricas que serviram de base para o estudo. Os dados foram coletados através de um levantamento (*survey*), utilizando um questionário pré-testado e validado pelo cálculo do coeficiente *alpha* de Crombach. A pesquisa foi feita com participantes de projetos de desenvolvimento de novos produtos, em empresas consideradas inovadoras, com operações no Brasil. Para análise dos dados, foram utilizadas estatísticas descritivas e correlações bivariadas, com o cálculo do coeficiente ρ_s (*rho* de Spearman). A análise dos resultados apontou, em primeiro lugar, que a maioria das empresas apresentou de moderados a altos graus de orientação para mercado e de interface funcional. As diversas correlações encontradas entre os indicadores das variáveis analisadas sinalizaram que, na maioria dos casos, organizações mais orientadas para mercado possuem, também, maior integração e confiança entre as áreas funcionais em atividades ligadas ao desenvolvimento de novos produtos, na visão dos participantes deste tipo de projetos.

O artigo “Incubadora de empresas de base tecnológica: percepção dos empresários quanto aos apoios recebidos” dos autores Loyce Graycielle de França Barbosa e Valmir Emil Hoffmann avalia as formas de apoio como atrativo para o ingresso no processo de incubação e para a consolidação das empresas. Este estudo de caso foi realizado na Incubadora de Base Tecnológica da Universidade de

Brasília. Os dados foram coletados por meio da metodologia “*The World Cafe*” e por meio de questionários aplicados via internet. Os dados foram tratados com estatística descritiva e análise de conteúdo. Os resultados apontaram diferenças entre as opiniões de empresas com maior e menor faturamento. Como conclusão, o caso aponta que os apoios mudam o grau de importância, do momento que são atrativos, para aquele que podem auxiliar a consolidação do negócio, variando também de acordo com o faturamento das empresas participantes.

Rubens Guimarães Togeiro de Mora e Hélio Nogueira da Cruz Correio em seu estudo “Teoria do crescimento endógeno e a inovação tecnológica no Brasil” apresentam uma revisão da literatura sobre a teoria do crescimento econômico endógeno, segundo as abordagens de Schumpeter e de Romer. Desta forma, os principais objetivos do estudo consistiram: a) na revisão de aspectos teóricos que determinam o crescimento, tais como, investimentos em pesquisa e desenvolvimento (P&D), distância em relação à fronteira tecnológica, tamanho das firmas e intensidade competitiva dos mercados nacionais e internacionais; b) em apresentar estudos empíricos sobre o Brasil, inclusive nas subregiões dos Estados de São Paulo e Minas Gerais, que demonstraram que no país predomina firmas de pequeno porte, distantes da fronteira tecnológica e de baixa intensidade inovadora.

O artigo “Inovação aberta como uma vantagem competitiva para a micro e pequena empresa” dos autores Glessia Silva e Antonio Luiz Rocha Dacorso corresponde a um ensaio teórico que busca analisar o modelo de inovação aberta na perspectiva da micro e pequena empresa, dando indícios de como essa nova forma de inovar, pautada na busca de conhecimento externo como base de inovação, pode gerar vantagem competitiva e denotar uma alternativa de desenvolvimento para estas empresas. A pesquisa tem conteúdo exploratório, uma vez que se trata de uma abordagem ainda carente de estudos e bibliográfica, tendo sido desenvolvida por análise de conteúdo. Foram abordadas as influências competitivas do ambiente externo, a atuação das micro e pequenas empresas, o modelo de inovação aberta e como este pode auxiliá-las a competirem no atual ambiente de negócios. Nessa perspectiva, concluiu-se existir um novo padrão de competição na micro e pequena empresa, calcado nos pressupostos de inovação aberta e o qual pode trazer vantagens duradouras de inovação.

A pesquisa “Gestão de riscos em projetos de inovação através da abordagem contingencial: análise conceitual e proposição de modelo estruturado para redução de incertezas em projetos complexos” do autor Ricardo Leonardo Rovai apresenta uma revisão e análise da literatura de gerenciamento de riscos projetos inovadores a partir de uma perspectiva contingencial. Foram levantados artigos nas bases de dados científicas considerando-se duas grandes vertentes: tipologia de projetos e metodologias para gerenciamento de riscos de projetos inovativos e complexos.

A partir da revisão dos conceitos e práticas de GC e IO e da críticas aos modelos de governança e do sistema de inteligência do país, o estudo “Um modelo de inovação e inteligência organizacional para o governo brasileiro” do autor Cristiano De Angelis Trindade apresenta um modelo de inovação e inteligência governamental, uma proposta de mudança cultural e uma estratégia de GC-IO para otimizar os processos de criação (GC) e uso de conhecimento (IO) no setor público. Este estudo de fato contribui para a incorporação da noção de inovação organizacional no plano das entidades públicas, o que é extremamente criativo na literatura brasileira.

Uma excelente leitura a todos!

Atenciosamente,

Prof. Dr. Milton de Abreu Campanario

Editor Científico - RAI