

Editorial

Este número da revista *Gestão e Tecnologia* se inicia com o artigo intitulado “Roupa Suja se Lava em Casa”, dos autores Mauro Calixta Tavares e Valéria Braga Pinto, que analisam como a orientação para o mercado tem sido abordada com suas possíveis implicações na estrutura, processos, pessoas, desenvolvimento de novos produtos, inovação e flexibilidade estratégica, entre outras possibilidades. O tema escolhido para dar o suporte empírico a este artigo relaciona-se à lavagem doméstica de roupas considerada nos seus múltiplos episódios de consumo. Dando sequência aos estudos na área de Marketing, Euler Alves Brandão traz reflexões sobre a estética do marketing, resgatando-a a partir de sua origem filosófica e destacando-a como elemento constituinte da capacidade de julgamento e como potente ferramenta na obtenção de resultados. Por último, Andre Giffoni Pellizzaro Lima e Dalton Jorge Teixeira apresentam um estudo sobre estratégia de localização de lojas. Foi utilizado o modelo de Huff, que permite escolher, entre as prováveis localizações de um ponto comercial, a melhor opção para a abertura de uma loja. Este estudo se revelou um trabalho original ao focar a localização de drogarias.

O tema Inovação foi explorado por Cristiana F. De Muylder e equipe, que analisaram as suas várias acepções, nas mais diversas áreas do conhecimento. Os autores realizaram uma pesquisa bibliométrica exploratória que se baseou na Lei de Zipf e visou identificar a incidência do termo nos artigos publicados pelo evento EnANPAD do ano 2007. Partindo-se de um referencial teórico baseado nos conceitos clássicos econômicos sobre o tema Inovação, investigaram-se todos os artigos das divisões acadêmicas do evento. Complementando, Elisa Maria Pinto da Rocha e Maria Ramos de Souza analisaram o nível de desenvolvimento do processo de incubação de empresas de base tecnológica nos estados brasileiros. As autoras utilizaram um indicador sintético voltado para a mensuração de dimensões relevantes deste processo. Como resultado geral, os vários estados brasileiros foram classificados com base no nível de desenvolvimento do processo de incubação de empresas.

O último artigo traz o tema Governança Eletrônica, que tem sido objeto de atenção e iniciativas na administração pública brasileira, nos últimos anos. Nesse contexto, as compras por meio eletrônico têm crescido significativamente. Com essa visão, Marcus Vinícius Chevitarese Alves e Simone Cristina Dufloth estudaram os portais eletrônicos de compras no âmbito da administração pública, a partir dos itens de avaliação propostos, sob a ótica do relacionamento com o cidadão (G2C), com o fornecedor (G2B) e com outros órgãos de governo (G2G). Foram estudados os portais de quatro órgãos da administração pública brasileira, a saber: Executivo Federal, Estado de São Paulo, Estado de Minas Gerais e Câmara dos Deputados.

Só resta desejar a todos bons momentos de leitura.

Maria Celeste Reis Lobos de Vasconcelos