

Editorial

Esta primeira edição de 2016 apresenta 12 artigos.

Quanto à **epistemologia**, são dez estudos positivistas e dois estudos críticos.

Quanto ao **campo de estudo**, dez trabalhos referem-se à administração e dois à economia.

Quanto às áreas temáticas, três são de estratégia, três de marketing, e um para cada uma das seguintes áreas: negócios internacionais, recursos humanos, teoria das organizações, oferta tecnológica, desenvolvimento rural e tributação de capital.

Quanto ao **referencial teórico**, os trabalhos são divididos nos seguintes *backgrounds*: estratégia/finanças; cadeia produtiva/RBV/visão relacional; sustentabilidade e desempenho; empreendedorismo institucional; comportamento do consumidor/mídia social; comportamento do consumidor/desempenho; qualidade de serviços; valores pessoais e organizacionais; identidade social; oferta tecnológica; teoria da tributação do capital; desenvolvimento rural.

Quanto ao **escopo geográfico**, dez tratam de organizações brasileiras, um de organizações brasileiras no campo internacional, um de um setor em Portugal, e um aborda um aspecto estadual na região Nordeste.

Quanto ao **setor**, dez estudos referem-se ao setor privado, e dois ao setor público. Os privados são distribuídos em setor metalúrgico, vinícola, carne bovina, varejo, alimentação e gerais. Quanto ao setor público, um refere-se à exclusão social e outro à eficiência tributária.

Quanto ao **objeto empírico**, três são de indústria, três de varejo, dois de governo, um de instituições de ensino e três são gerais.

Quanto **ao tipo de pesquisa**, nove são estudos teórico-empíricos de campo, dois são ensaios e um refere-se a estudo de caso.

Quanto à **natureza da pesquisa**, nove são estudos quantitativos e três são qualitativos.

Quanto à **língua**, todos os 12 trabalhos são em português.

Quanto à **origem das instituições de ensino superior**, onze trabalhos são de IES nacionais e um é de instituição internacional.

Quanto à **formatação**, oito são artigos em ABNT e quatro em APA.

Em suma, os trabalhos aqui apresentados são, em sua maioria: positivistas; de administração; de estratégia e marketing; de organizações brasileiras pertencentes ao setor privado, da indústria e do varejo; teórico-empíricos com estudos de campo; com uso de métodos quantitativos; escritos em português; pertencentes a pesquisadores de instituições de ensino brasileiras; de formatação ABNT, com tendência para aumento de artigos escritos em APA.

Um **destaque** foi para a supremacia de estudos quantitativos.

Atenciosamente,
Professor Sérgio Henrique Arruda Cavalcante Forte, Doutor em
Administração (Editor-chefe)

Professora Oderlene Vieira de Oliveira, Doutora em
Administração (Editora Adjunta)