

Editorial

Esta primeira edição de 2015 apresenta 12 artigos, sendo todos de autores externos à Universidade de Fortaleza.

Quanto ao escopo geográfico, nove trabalhos focam o Brasil ou em regiões fora do Nordeste brasileiro, dois tem como objeto a região Nordeste e um é genérico/teórico, ou seja, sem foco geográfico. Quanto aos setores, sete são estudos na área privada, quatro abrangem organizações públicas e um é genérico, posto que é teórico. Quanto à área de estudo, 11 são de administração e um de economia. Quanto às áreas temáticas, três são de estratégia, quatro são de finanças, um é de Recursos Humanos, três são de marketing, e um de economia. Quanto ao tipo de pesquisa, seis são artigos teórico-empíricos, sendo três estudos de caso, e três multicasos. Quanto à natureza de pesquisa, oito usam métodos quantitativos e quatro são qualitativos. Quanto à língua, todos os 12 são escritos em português. Quanto à origem das IES, os 12 são de instituições nacionais. Quanto à formatação, todos utilizam a ABNT. Resumindo, os artigos aqui apresentados focam no Brasil, na área privada, são de administração com predominância em Estratégia, Finanças e Marketing, teórico-empíricos balanceados com estudos de caso e multicasos, quantitativos, escritos em português, de IES nacionais, na formatação ABNT. Pode-se destacar em relação às edições passadas que o viés quantitativo predominou nesta edição.

