

Editorial

Esta segunda edição de 2014 apresenta 12 artigos.

Quanto ao escopo geográfico, seis trabalhos focam o Brasil, três são de âmbito internacional ou genérico, dois no estado do Ceará e um na região nordeste (Pernambuco).

Quanto aos setores, sete são estudos na área privada, três abrangem organizações públicas e privadas e dois pesquisam organizações públicas.

Quanto à área de estudo, 10 são de administração e dois de economia

Quanto às áreas temáticas, dois são de marketing, dois de economia (composição de renda e repasses constitucionais), dois sobre empreendedorismo e modelos de negócio, um de redes sociais, um de inovação, um de estratégia/visão baseada em recursos, um de ética e um de metodologia de pesquisa. Este último é um ensaio instrumental de como elaborar um artigo.

Quanto ao tipo de pesquisa, sete são artigos teórico-empíricos, um estudo de caso, um estudo de multicasos e três são ensaios.

Quanto à natureza de pesquisa, seis usam métodos qualitativos, cinco são quantitativos e um utiliza os dois métodos.

Quanto à língua, 11 são em português e um em inglês.

Quanto à origem das IES, os 12 são de instituições nacionais.

Quanto à formatação, todos os 12 utilizam a ABNT, apesar de o periódico aceitar APA também.

Resumindo, os artigos aqui apresentados focam no Brasil, na área privada, são de administração e em temas variados, teórico-empíricos, qualitativos, escritos em português, de IES nacionais, na formatação ABNT.

Após o processo de análise inicial da equipe editorial, seguido da avaliação *Blind review/Double/review* por nosso quadro de avaliadores, os trabalhos foram revisados gramaticamente e na formatação ABNT pela equipe da Universidade de Fortaleza (UNIFOR).

Por fim, parabenizamos os autores e agradecemos os avaliadores, colaboradores e equipe de apoio.

Atenciosamente,

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

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