

Editorial

Dando continuidade ao nosso projeto editorial estamos lançando nesta edição em nosso site o volume 14, número 2, referente ao segundo quadrimestre de 2012. Dessa maneira estamos cumprindo com a periodicidade da revista.

Esse número traz oito artigos e ensaios teóricos de diferentes acadêmicos pesquisadores de instituições brasileiras e do exterior. Os referidos artigos, nos quais são analisados e interpretados diferentes fenômenos da área da administração e organizações em geral, apresentam sempre uma visão crítica da área.

O primeiro artigo da área de Marketing sobre: “Comportamento do consumidor infantil: um estudo do consumo dos pais em supermercados através da influência dos filhos no momento da compra” traz uma análise dos autores Marconi Freitas-da-Costa, Raniere de França Lima e Paula Janaine sobre o comportamento dos filhos no momento de compras em supermercados.

O artigo seguinte sobre o tema: “Segmentos de consumidores de carne: O caso de pequenas cidades no Brasil”, de autoria de Dario de Oliveira Lima-Filho, Dejanira Facioni e Filipe Quevedo-Silva da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, caracteriza os hábitos de consumo de carne e identifica segmentos de consumidores em pequenas cidades brasileiras.

Já o terceiro texto dos autores Luciano Munk, Carlos Eduardo Rodrigues Moreira, Wellington Moreira e Mariana Musetti Munk sobre o tema: “Alinhando estratégia e competências em contexto organizacional: Um estudo em uma indústria química”, estuda e explora a relação entre a orientação estratégica adotada pela organização e as respectivas competências necessárias para cumpri-la.

O quarto artigo sobre “Diálogos entre *Stakeholders*: Uma proposta para o Agronegócio Brasileiro”, de autoria de Denise Barros Azevedo (Universidade de Brasília - UNB), Eugênio Ávila Pedrozo (PPG-Agronegócios/CEPAN/UFRGS) e Guilherme Cunha Malafaia (Universidade Caxias do Sul), apresenta uma proposta de *framework* com uso do diálogo para organização do agronegócio.

Betina Magalhães Bitencourt, Valmira Carolina Piccinini e Sidney Rocha-de-Oliveira, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, analisam no quinto artigo “Programas *Trainee*: Jovens orientados para o sucesso” a inserção de jovens recém formados no mercado de trabalho por meio de programas *trainee*.

O sexto artigo sobre a “Relação entre o desempenho das organizações e o tempo de mandato (*tenure*) do diretor-presidente: Um estudo em empresas brasileiras de capital aberto entre 1999 e 2008”, de autoria de Manuel Portugal Ferreira (ESTG - Instituto Politécnico de Leiria, PORTUGAL), Roberto Medeiros Júnior (UNISUL - Universidade do Sul de Santa Catarina) e Fernando Ribeiro Serra (UNINOVE - Universidade Nove de Julho), avalia a relação entre o tempo de mandato do Diretor-Presidente e o desempenho da organização.

O sétimo artigo, de autoria de Vanessa Gabas Gárran e Francisco Antonio Serralvo (ambos pesquisadores do GEMa - PUC/SP), aborda o tema: “A influência dos aspectos visuais das embalagens na formação das atitudes: um estudo no setor de alimentos”, discutindo os efeitos da embalagem no processo de formação das atitudes dos consumidores.

O último artigo desta edição traz o tema: “Relação entre práticas de educação corporativa e resultados financeiros de empresas que atuam no mercado brasileiro”, tendo como autores: Cleonir Tumelero, Wilson Aparecido Costa de Amorim, Elza Fátima Rosa Veloso e Angela Christina Lucas, vinculados à FIA-USP, no qual aborda os efeitos que as práticas voltadas para a formação dos executivos da organizações podem produzir nos resultados financeiros das organizações.

Finalizando o editorial, queremos agradecer a todos que contribuíram para a realização desta edição da RAD e para o seu fortalecimento como projeto editorial eletrônico.

Uma boa leitura para todos!

Onésimo de Oliveira Cardoso
Editor

