

EDITORIAL

A segunda edição, ano VII, da Revista de Administração da UFSM, compõe-se de artigos recebidos de autores de diversos estados brasileiros: Espírito Santo, Minas Gerais, Paraíba, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo.

A edição composta de dez artigos tem início com o estudo intitulado *O uso da técnica de análise de conteúdo para análise de dados qualitativos: uma revisão dos artigos sobre sustentabilidade publicados em Journals internacionais*. De autoria de Cristiane Froehlich, esse estudo identifica artigos relacionados ao tema sustentabilidade em publicações internacionais e analisar o uso da técnica de análise de conteúdo qualitativa, verificando as principais abordagens, autores, contribuições e lacunas teóricas ou sugestões para novos estudos.

Investigando o fenômeno de compras coletivas online: fatores que influenciam a intensidade de compras é o segundo artigo da edição. De autoria de Everton Roberto Comin, Rafael Teixeira, Juliana Durayski, Natália Gomes da Silva e Julio Vieira, o trabalho analisa a relação entre a intensidade de compra coletiva *online* e os construtos interesse do consumidor, compra por impulso e insegurança em relação ao *site*. Este estudo sobre o fenômeno de compras coletivas *online* é pioneiro no Brasil e abre oportunidades para que o conhecimento sobre o tema seja construído de forma gradual e sólida.

Flavio de Amorim Silveira, Julio Cesar Souza Loureiro, Alexandre Mendes Nicolini, são os autores do terceiro artigo desta edição, denominado *Corpos docentes empreendem conjuntamente ou “o corpo ainda é pouco” para tanto?* O estudo analisa as percepções de um curso de graduação em uma universidade fluminense sobre a existência ou não de empreendimento docente conjunto que justificasse os seus bons resultados obtidos em avaliações. Os resultados confirmaram a presunção de que, a convergência de interesses e ações e os bons resultados obtidos nas avaliações, pode haver a contribuição de uma comunidade de prática formada pelo grupo de professores.

O quarto artigo dessa edição –*Apresentação da Construção dos Parâmetros à Aplicação do Modelo Conceitual Tridimensional de Performance Social de Carroll*– da autoria de Nívea Marcela Marques Nascimento Macêdo, Maria Albenisa Gadelha e Gesinaldo Ataíde Cândido é motivado pelo tema responsabilidade social das empresas (RSE) e pelo modelo de Carroll, o qual discute o papel e relevância dos *stakeholders* a partir de práticas de RSE em uma organização. Assim, o estudo teve como finalidade apresentar como se deu a construção dos parâmetros para a aplicabilidade do modelo de Carroll nas organizações.

No quinto artigo, *Transmissão da volatilidade entre ações de grandes e pequenas empresas no mercado de capitais brasileiro*, os autores Marcelo Brutti Righi e Paulo Sergio Ceretta analisam a ocorrência de transmissão de volatilidade entre pequenas e grandes empresas no Brasil, por meio dos modelos *GARCH* multivariados, com correlação condicional constante (CCC) e correlação condicional dinâmica (DCC). Os resultados obtidos indicaram que, ambos os índices tiveram sua volatilidade condicional impactada pelos dias de negociação defasados, e também que, contrariando a literatura subjacente ao tema, houve transmissão bilateral de volatilidade.

A Influência Interpessoal em Redes Sociais Virtuais e as Decisões de Consumo, artigo elaborado por Eduardo Botti Abbade, Andiara Della Flora e Greice de Bem Noro, analisa a postura de estudantes universitários em relação à influência interpessoal em redes sociais virtuais no processo decisório de consumo. Dentre as contribuições desse estudo destaca-se o teste de uma escala adaptada para mensurar e avaliar o nível de propensão de influenciar e ser influenciado pelos contatos das redes sociais virtuais.

O estudo de Andreas Dittmar Weise, Juliane do Nascimento de Quadros, Rudimar Antunes da Rocha, Andréa Cristina Trierweiller, Blênio César Severo Peixe e Jaqueline Dill Barcello, *Diferenças*

dos cursos de graduação de administração na Alemanha, Brasil e Estados Unidos da América é o sétimo artigo dessa edição. O estudo proporciona uma comparação dos cursos de administração dos três países em relação aos métodos adotados para seleção, avaliação e estrutura curricular dos cursos.

José Paulo Medeiros da Silva, Thiago Favarini Beltrame e Alberto Souza Schmidt são os autores do oitavo artigo dessa edição, denominado *A gestão do design como diferencial de qualidade nas indústrias moveleiras do Alto Uruguai Gaúcho*. Esse estudo é fundamentado pela importância de compreender a função e atribuição que o *design* desempenha no setor moveleiro. Desse modo, o estudo tem como intuito identificar culturalmente como as indústrias moveleiras da região do Alto Uruguai/RS atuam, e de que modo a gestão de *design* pode gerar diferencial competitivo, agregar valor ao produto e contribuir para o aumento das vendas.

O nono artigo dessa edição, *Valores Pessoais Envolvidos na Escolha de um Curso Superior: Análise Utilizando a Abordagem Meio-Fim*, é da autoria de Lílian Carolina Viana, Cleiton Martins Duarte da Silva, Kelly Carvalho Vieira, Marcelo Ferreira Viana e Luiz Henrique de Barros Vilas Boa. Esse estudo tem por finalidade compreender que aspectos, considerando atributos, consequências e valores pessoais, orientam o comportamento de estudantes na escolha do curso de enfermagem em uma instituição de ensino superior privada. Por meio de uma metodologia baseada na Teoria da Cadeia Meios-Fins, a qual relaciona os “meios” (atributos e benefícios) ligados ao consumo de produtos ou serviços com os “fins” em termos de valores pessoais alcançados, foi possível obter como principal resultado que os estudantes se pautam principalmente por valores hedônicos de felicidade própria.

O artigo que finaliza essa edição *A Aplicabilidade do Modelo Estendido ao Consumo da Teoria Unificada da Aceitação e Uso de Tecnologia (UTAUT2) no Brasil: Uma Avaliação do Modelo a Partir de Usuários de Internet em Smartphones*, da autoria de Luiz Henrique Lima Faria, Antônio Carlos Giuliani, Nadia Kassouf Pizzinatto e Andrea Kassouf Pizzinatto, possui como objetivo analisar o modelo UTAUT2, testar e validar seus construtos no Brasil, utilizando uma amostra de usuários de internet em smartphones. Assim o estudo busca ampliar o entendimento sobre a aceitação e uso individual de tecnologia no contexto do consumo, testando um modelo inédito no Brasil.

A segunda edição da ReA, no ano de 2014, abrangeu temáticas de grande interesse no contexto acadêmico e empresarial e da comunidade de modo geral. São abordados temas relacionados às seguintes áreas: **Ensino e Pesquisa, Finanças, Marketing, Gestão da Qualidade, Gestão de Pessoas, Gestão Tecnológica, Sustentabilidade**.

A presente edição, Volume VII, Número 2, relativa ao segundo trimestre de 2014, é publicada e publicada em versão eletrônica e pode ser acessada no seguinte endereço: www.ufsm.br/reaufsm.

Agradecemos aos autores, avaliadores e membros do Conselho Editorial, do Comitê Executivo e da Equipe Técnica da ReA, pelo esforço e pela dedicação para a elaboração dessa edição.

Cordiais saudações,

Clandia Maffini Gomes, Dr^a
Editora da ReA