

## Editorial

Franzé Costa – Editor Chefe

Prezados leitores,

Chegamos ao final do ano de 2020 e já apresentamos nosso primeiro número de 2021 da TPA. Este foi um ano dos mais complicados de toda a história mundial recente, em decorrência da pandemia COVID-19, mas como toda situação realmente complicada, vinculada a ela vêm algumas evidências e oportunidades interessantes. Nossa Revista demonstrou ser um projeto robusto por apresentar bons resultados, mesmo quando ruptura de regularidade. Apesar de tudo, neste ano a TPA seguiu (quase) normalmente: os autores seguiram enviando submissões; os avaliadores seguiram contribuindo com boas e produtivas avaliações; as nossas colaboradoras (bibliotecária e revisoras de linguagem) mantiveram atividade regular e pontual; e, o Portal de Periódicos da UFPB seguiu mantendo suporte ativo e eficiente.

Enfim, a TPA seguiu sem descontinuidade, mantendo a pontualidade e o rigor nos seus processos. Satisfação por ver o resultado, e, gratidão por todas as colaborações: esses são os sentimentos com que apresentamos este número.

A edição inicia com um texto de autoria de Luckas Rolim, Aléssio Almeida, Stélio Lombardi Filho e Otoniel Anjos Júnior, intitulado “*Avaliação da Eficiência dos Gastos das Instituições Federais de Ensino Superior Brasileiras*”. No trabalho, os autores, utilizando a técnica de Análise Envoltória de Dados, analisam a eficiência técnica das Instituições Federais de Ensino Superior (IFES) brasileiras, estas que estão dentre as organizações federais brasileiras de maiores orçamentos. O trabalho busca contribuir para a avaliação e o aprimoramento dos projetos de políticas públicas para a área de Educação Superior. Ainda com temática voltada à avaliação no setor público, temos o artigo intitulado “*O Uso da Teoria do Programa para a Construção de um Modelo Lógico Aplicado aos Sistemas Municipais de Cultura no Brasil*”, de autoria de José Ricardo Vitória, Mateus Moraes, Magnus Emmendoerfer e Nina Rosa Cunha. Ao final do estudo, que utilizou na análise empírica a técnica de análise documental, os autores apresentam como contribuição central a proposição de um Modelo Lógico (ML), que pode ser utilizado como tecnologia de conhecimento para a gestão pública na área cultural, um setor relevante e carente de estudos e melhor profissionalização gerencial.

O terceiro trabalho, intitulado “*A Estruturação das Áreas de Controle Interno e Compliance em Empresas Estatais Brasileiras Conforme a Lei nº 13.303/2016*”, de autoria de Eliana Santana e Fabiana Silva, trata da relevante questão de *compliance* e controle de empresas estatais brasileiras, reconhecidas por sua importância econômica e estratégica, e por serem espaços sensíveis frente aos potenciais problemas de corrupção e da ampla cobertura pelos meios de comunicação. O estudo aporta conhecimento de valor para executivos e agentes públicos que precisam aprimorar seu alinhamento com as demandas legais. O trabalho seguinte é de autoria de Thiago Goes e Cláudio Machado Filho, com o título “*Decisões de Investimento de Empresas Familiares Brasileiras*”. O papel das empresas familiares no Brasil faz com que os estudos que as abordam sempre tragam conhecimento relevante. Os autores apresentam uma visão sobre o comportamento de autopreservação dessas empresas no que concerne aos seus investimentos.

Os três estudos seguintes trazem contribuições alinhadas à área de marketing. No primeiro deles, intitulado “*Contribuições para a Educação em Teoria de Marketing: uma Agenda Profissional e Acadêmica*”, de autoria de Josemar de Souza, o autor apresenta uma reflexão sobre educação em Administração e Marketing em uma área disciplinar própria de pós-graduação, que é a disciplina de Teoria de Marketing. O trabalho, que tem cunho ensaístico, tem como contribuição central a promoção de uma visão para docentes que atuam nesse campo formativo. No estudo seguinte, André de Souza-Leão e Bruno Moura apresentam um estudo sobre o comportamento de consumidor de entretenimento. No trabalho, intitulado “*Acculturation of Brazilian NFL Fans in Virtual Interactions*”, os autores utilizam análise de conteúdo de redes sociais compartilhadas por consumidores brasileiros e esclarecem como

estes vêm se comportando frente à NFL, uma liga estadunidense. O terceiro trabalho, com título *“Reflexões sobre o Consumo em Redes Digitais: um Ensaio Acerca das Interações entre Redes Sociais, Digital Influencers e Usuários”*, é de autoria de Lucas de Souza, Nicoli Amaral, Carlos Chaym, Felipe Gerhard e Francisco Roberto Pinto. Os autores analisam relações entre usuários, *digital influencers* e mídias digitais, e refletem como a contínua interação entre esses sujeitos, no processo de cocriação digital, impacta sobre a gestão de marketing no contexto de consumo virtual.

Os três trabalhos seguintes alinham temas de avaliação e empreendedorismo no contexto de gestão no interesse social. O primeiro deles, o oitavo da edição, tem título *“Avaliação do Impacto Social: um Levantamento Bibliométrico”* e autoria de Emanuel Sandri, Julia Kumasaka, June Cruz e Giovani Cruzara. No estudo, os autores apresentam uma contribuição para profissionais pesquisadores em Administração, mostrando o cenário científico sobre a avaliação do impacto social na área acadêmica de administração e negócios, e indicando tendências e prioridades temáticas sobre avaliação de impacto social. O trabalho seguinte, intitulado *“Processo de Criação de Empresas Ambientalmente Sustentáveis: Estudo de Caso em uma Microempresa”*, tem autoria de Joyce Santos e Rivanda Teixeira e analisa o caso de uma micro empresa no setor de turismo, gerando um conhecimento útil para novos empreendedores poderem ter uma melhor orientação sobre a criação de negócios ambientalmente sustentáveis. Já o terceiro trabalho desse bloco, de autoria de Cristiane Quintana e Dione Kitzmann, com o título *“Formação Empreendedora Sustentável: Estudo de Caso em uma Instituição de Ensino Superior”*, redireciona a questão para o debate sobre formação empreendedora, mas considerando a oportunidade para um modelo sustentável. O estudo utilizou metodologia qualitativa e contribui para a identificação de possibilidades e limites na construção de uma formação empreendedora sustentável.

O último trabalho do bloco de “Artigos de Pesquisas” tem autoria de Weber Radael, Flávia Segate, Olga Pépece e Melissa Nienkoetter. O estudo é intitulado *“Significados do Consumo de Tatuagens por Diferentes Profissões”*, e analisa o significado de consumo de tatuagem corporal na perspectiva de profissionais das áreas profissionais de ciências exatas, humanas e saúde. O estudo está baseado em uma metodologia qualitativa e contribui ao descrever visões de variados profissionais sobre como a tatuagem é interpretada em diferentes campos profissionais.

Mantendo nossa contribuição com os profissionais docentes em Administração e fechando este número, trazemos o ‘Caso para ensino’ intitulado *“Serenata de Amor: um Doce Não Tão Saboroso”*, de autoria de Thiago Moraes, Messias Valdevino e Anderson Nascimento. No texto, os autores apresentam a questão do monitoramento das atividades parlamentares a partir de soluções provenientes da Ciência de Dados, em um caso que viabiliza a discussão de temas e ferramentas atualmente da maior relevância para discentes e profissionais de Administração, bem como para outras áreas do conhecimento.

Finalizamos informando que, por uma mudança de política da ANPAD, a TPA teve uma alteração na emissão dos DOI’s, que passou a ser feita pelo Portal de Periódicos da UFPB. Registramos, nesse sentido, nosso agradecimento pelo tempo que a ANPAD contribuiu com a Revista, bem como à equipe do Portal que, desde o primeiro momento, manifestou disposição de ajudar a manter o padrão da TPA.

Desejamos a todos uma boa leitura.