

Editorial – RAEP 2ª edição 2024

Diógenes Souza Bido

Prezados leitores e leitoras,

Neste semestre temos muitos motivos para comemorar e destacamos dois deles: em primeiro lugar a proposta submetida à Chamada CNPq N° 30/2023 - Programa Editorial foi aprovada e em segundo lugar a RAEP passou do terceiro para o segundo lugar na medida de impacto “5 anos sem autocitação” na base SPELL (<http://www.spell.org.br/impacto>).

A classificação SPELL nos faz olhar para o passado, como um indicador de todo o esforço dos leitores, autores, avaliadores e editores nos últimos anos, enquanto o apoio do CNPq nos faz olhar para o futuro e nas possibilidades de continuarmos implementando melhorias que mantenham a RAEP reconhecida pela sua qualidade e relevância.

Registramos nosso agradecimento especial aos nossos autores e leitores, convidando-os à leitura e compartilhamento dos artigos publicados na 2ª edição de 2024, que é composta por cinco artigos científicos e dois casos para ensino. O primeiro artigo intitulado “Quo Vadis Epistemologia da Administração? Percurso atual e alguns direcionamentos futuros” escrito por Humberto Souza, Pedro Jaime, Oseas Xavier e Maxwell Azevedo-Ferreira, debate o panorama da produção científica sobre epistemologia da administração nos últimos cinco anos. Como principais contribuições nota-se que autores brasileiros são produtores expoentes em epistemologia da administração no mundo, mas com pouca articulação internacional. Os autores apresentam uma perspectiva sobre como caminham os estudos acerca desse tema no mundo, destacando o papel dos pesquisadores brasileiros, bem como, salientando a importância do tema no que tange ao rigor teórico/científico e a reflexividade necessária a uma ciência que não quer caminhar periférica.

Em seguida, apresentamos o artigo intitulado “Fatores Preditivos de Intenção de Evasão Discente em Cursos Técnicos e Tecnólogos” trabalho desenvolvido por Douglas Filenga, Adriano Maniçoba Silva e Nalbert Seiji Kikuti Moura, e teve como

objetivo condensar em aspectos acadêmicos, institucionais e pessoais um modelo de variância, testado por meio de Equação Estrutural para compreensão da evasão no Brasil. Os resultados indicaram que cerca de 38% da intenção de evasão pode ser explicada por três construtos. Aspectos acadêmicos: dificuldade das disciplinas (0,392; $p < 0,001$), Aspectos pessoais: Preferência pela instituição (-0,211; $p < 0,05$) e Situação financeira (0,274; $p < 0,01$).

O terceiro artigo “Extensão Universitária: Uma Análise do Estado da Arte Sobre A Relação Entre Universidade e Sociedade Visando a Inclusão Social” elaborado por Oseias Freitas De Oliveira Junior e Márcia Maria Dos Santos Bortolucci Espejo, buscou entender como a extensão universitária tem sido tratada nas pesquisas que abordam a relação entre universidade e sociedade na busca da inclusão social. Os autores apresentam três lacunas principais, as questões de avaliação e validação dos resultados dos projetos de extensão, a temática da economia solidária como fomento à inclusão social e a gestão do conhecimento. Essas lacunas são potenciais focos de pesquisa que visam analisar como a universidade é capaz de impactar a comunidade através das ações extensionistas.

O quarto artigo “Aprendizagem Impulsionada pela Tecnologia em Gestão de Negócios: Proposta de Aplicativo Educacional Inovador Desenvolvido pela Geração Z” escrito por Sérgio Adriany Santos Moreira, contribui ao observar e descrever os processos de ensino e aprendizagem de 103 alunos da Geração Z enquanto criam um aplicativo educacional para o curso de Gestão e Negócios. O processo de construção do aplicativo pelos alunos foi supervisionado pelo professor em três etapas, ao longo de três meses. O estudo contribui ao detalhar como o corpo docente precisa se adaptar as metodologias de ensino utilizadas em sala de aula e ao conhecimento e à vida diária dos alunos da Geração Z, capacitando-os a utilizar recursos tecnológicos para interpretar, analisar e propor soluções para o mercado atual.

O quinto e último artigo desta edição “Avaliação Discente dos Cursos de Gestão Durante a Pandemia da Covid-19” foi escrito por Roberta Souza Santos, Kelmara Mendes Vieira e Giana Silva Giacomelli, ele avalia um modelo de satisfação discente com as disciplinas ofertadas pelos cursos de gestão em uma universidade pública. Os resultados evidenciaram que, em geral, os alunos demonstraram satisfação com o ensino *on line*. Os aspectos avaliados foram atuação docente na disciplina, metodologia de ensino, satisfação geral e conteúdo da disciplina. Este último

representou a média mais elevada de satisfação. Já a análise de regressão indicou que a metodologia de ensino exerceu influência considerável na satisfação geral.

O primeiro caso de ensino, intitulado “Novani Brindes: Novo Público, Nova Estratégia de Marketing Digital, escrito por Stela Cristina Hott Corrêa, Naiara de Oliveira Santos, Roberta Soares da Silva e Karen Esmeralda Rodrigues Miguel apresenta um dilema sobre uma empresa de brindes que atua no mercado corporativo. Ela possui extensa linha de produtos personalizados e seu marketing digital é o seu trunfo para a geração de novas vendas. Porém, as pessoas físicas começam a demandar presentes personalizados e a gerente de marketing resolve interagir com elas por meio das estratégias digitais utilizadas com o público corporativo. A princípio o novo segmento responde positivamente, no entanto, rapidamente nota-se que a estratégia de marketing digital que é adequada para o público de brindes corporativos parece não ser propícia para o mercado B2C. Os alunos são convidados a se colocarem no lugar da tomadora de decisão para propor uma estratégia de marketing digital para o público do mercado B2C da Novani.

O segundo caso chamado “Os Encantu’s da Estratégia de Marketing de Varejo!” escrito por Sara Ariel Cardoso Reichert, Mateus Gaio E Carlos Marcelo Ardigó, explora a história da loja de varejo “Encantu’s”, propriedade de Maristela, com a participação de sua filha Sara, estudante de Comércio Exterior, e Mateus, formado em Administração e especialista em marketing. A Encantu’s procura se destacar por seus produtos e atendimento diferenciado, porém enfrenta desafios que causam o estagnamento do negócio. Sara e Mateus embarcam em uma jornada em busca do diagnóstico da loja, bem como estratégias para contribuir com o desempenho, mas enfrentam alguns desafios como o orçamento, e a aprovação da proprietária, que tem receio com as mudanças. O objetivo do caso é guiar o leitor a analisar a situação e pensar de forma estratégica na busca de soluções que atendam as necessidades da empresa, considerando as especificidades de seu mercado.

Finalmente, a qualidade e relevância de um periódico é resultado do trabalho de muitas pessoas, e neste momento gostaríamos de destacar e agradecer os autores por considerarem a RAEP como o local certo para divulgarem seu trabalho. E esperamos que os leitores continuem percebendo que os artigos que publicamos aqui são úteis para suas pesquisas ou atividades docentes.